

**SLOVENSKÁ POĽNOHOSPODÁRSKA UNIVERZITA V
NITRE
FAKULTA EURÓPSKYCH ŠTÚDIÍ A REGIONÁLNEHO
ROZVOJA**

2124765

**VYUŽITIE OCHRANNEJ ZNÁMKY V
POĽNOHOSPODÁRSKYCH PODNIKoch**

2011

Bc. Roman Siro

**SLOVENSKÁ POĽNOHOSPODÁRSKA UNIVERZITA V
NITRE
FAKULTA EURÓPSKYCH ŠTÚDIÍ A REGIONÁLNEHO
ROZVOJA**

**VYUŽITIE OCHRANNEJ ZNÁMKY V
POĽNOHOSPODÁRSKYCH PODNIKoch**

Diplomová, práca

Študijný program:	Regionálny rozvoj
Študijný odbor:	6218800 Verejná správa a regionálny rozvoj
Školiace pracovisko:	Katedra práva
Školiteľ:	Mgr. Ing. Jarmila Lazíková, PhD.

2011

Bc. Roman Siro

Čestné vyhlásenie

Podpísaný Roman Siro vyhlasujem, že som záverečnú prácu na tému „Využitie ochranej známky v poľnohospodárskych podnikoch“ vypracoval samostatne s použitím uvedenej literatúry.

Som si vedomý zákonných dôsledkov v prípade, ak uvedené údaje nie sú pravdivé.

V Nitre 15.apríla 2011

Pod'akovanie

Touto cestou vyslovujem pod'akovanie Mgr. Ing. Jarmile Lazíkovej, PhD
za pomoc, odborné vedenie, cenné rady a pripomienky pri vypracovaní mojej
diplomovej práce.

Abstrakt

Používanie ochranných známk má dlhú tradíciu siahajúcu do obdobia stredoveku. Odvtedy v tejto oblasti došlo k značnému rozvoju , pričom prelomovým obdobím bola éra priemyselnej revolúcie, kedy v súvislosti z rozšírením obchodu došlo k masovému rozšíreniu OZ . V súčasnosti, v ére informačnej, kedy duševné vlastníctvo predstavuje jednu z najlukratívnejších obchodných komodít, význam OZ najlepšie ilustruje hodnota značiek ako Coca-Cola , ktorej hodnota na trhu podľa spoločnosti Interbrand prevyšuje 70 miliárd \$. Ochranné známky predstavujú tradičné práva na označenie, ktoré slúžia na rozlíšenie rovnakých alebo podobných tovarov alebo služieb, ktoré pochádzajú od rôznych producentov . Registrovaná OZ v porovnaní z neregistrovaným označením prináša celý rad konkurenčných výhod. Vlastník registrovanej OZ má napríklad výlučné právo zakázať ostatným subjektom používanie OZ na označenie rovnakých alebo podobných produktov, pre ktoré je OZ registrovaná. Takáto ochrana predstavuje pre podnikateľské subjekty najlepšiu možnosť ako si chrániť investície do marketingu či vývoja produktov alebo služieb a zamedziť parazitovaniu na ich výsledkoch. Na druhej strane OZ poskytuje podnikom príležitosti na rozvoj spočívajúce v ľahšom získaní financií a ľahšom presadení na trhu, keďže OZ môže byť predmetom záložného práva, priamym zdrojom príjmu z licenčných poplatkov, či franšízy. Cieľom tejto práce bude preto poukázať na práva a benefity, ktoré poskytuje registrovaná OZ , analyzovať možnosti registrácie OZ doma aj v zahraničí a identifikovať význam používania OZ v konkrétnych subjektoch agropotravinárskeho sektoru.

Kľúčové slová: priemyselné vlastníctvo, ochranná známka, podnikanie, poľnohospodárstvo a potravinárstvo

Abstract

The use of trademarks has a long tradition dating back to ancient times. Since then, the importance of trademark has increased significantly with the development of the trade during the Industrial Revolution era. At present, intellectual property is one of the most lucrative business articles. The importance of trademark, illustrates the value of the brands like Coca-Cola, whose current market value, according to Interbrand exceeds 70 billion \$. dollars. Trademarks represent the traditional marking rights, in order to distinguish the product or services of the same species from different manufacturers or providers. Registered Trademark compared with unregistered brand, brings a number of competitive advantages. Enterprise, which is the owner of trademark, has the exclusive right to prevent anyone else to use a sign identical or confusingly similar to his trademark for identical or similar goods or services for which the mark is registered. Such protection is a possibility, how the company can protect its investment in marketing or product development and how it can prevent competition to thrive on their results. On the other hand, registered trademark brings several opportunities for enterprise development, which consists of the possibility of easier fund raising, as a Mark may be subject to a lien, may also be a source of income from royalties or franchise. The aim of this diploma thesis is to highlight the rights and benefits provided by a registered trademark, to analyze trademark registration opportunities at home and abroad and to identify the importance of trademark in specific subjects of agro-food sector.

Key words: industrial property, trademark, entrepreneurship, agriculture and food production

Obsah

Použité označenie.....	7
Úvod.....	8
1.Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí.....	10
1.1 Vývoj v oblasti práv na označenie	10
1.2 Súčasná právna úprava ochranných známok.....	11
1.2.1 Právna úprava ochranných známok v medzinárodnom práve.....	11
1.2.2 Právna úprava ochranných známok v únijnom práve	15
1.3 Právna úprava ochranných známok v Slovenskej republike.....	17
1.4 Vymedzenie pojmu ochranná známka	18
1.4.1 Pozitívne vymedzenie pojmu ochranná známka	18
1.4.2 Negatívne vymedzenie pojmu ochranná známka.....	19
1.5 Druhy ochranných známok	21
1.6 Značka kvality SK.....	22
1.7 Význam ochrannej známky	23
2. Cieľ práce.....	25
3. Metodika práce a metódy skúmania.....	26
4. Výsledky práce.....	27
4.1. Práva z ochrannej známky.....	27
4.1.1. Práva majiteľa ochrannej známky	27
4.1.2 Práva majiteľa pri porušení práv z ochrannej známky.....	28
4.1.3 Porušovanie práv z ochrannej známky a nekalá súťaž.....	29
4.1.4 Príslušnosť súdov vo veciach OZ a nekalej súťaže.....	0
4.1.5 Trestnoprávne aspekty porušovania práv z ochrannej známky.....	30
4.1.6 Obmedzenie a vyčerpanie práv z ochrannej známky	31
4.2 Možnosti získania ochrannej známky	32
4.2.1 Získanie národnej ochrannej známky platnej na území SR	32
4.2.2 Získanie Medzinárodnej ochrannej známky	36
4.2.3 Získanie ochrannej známky Spoločenstva	38
4.3 Prípadové štúdie	40
4.3.1 Prípadová štúdia 1 : Konzorcium Melinda.....	41
4.3.2 Prípadová štúdia 2: Ly Ly Food Industry s.r.o.....	43
4.3.3 Prípadová štúdia 3 Egyptian cotton.....	46
4.3.4 Prípadová štúdia 4 : Milk-Agro s.r.o.....	49
5. Záver	53
6. Použitá literatúra.....	56
7. Prílohy	61

Použité označenie

CTM	Community Trademark – Ochranná známka spoločenstva
ČŠ	Členský štát
ČSR	Československá republika
ES	Európske spoločenstvo
CHF	Švajčiarsky frank
EÚ	Európska únia
FO	Fyzická osoba
KOZ	Kolektívna ochranná známka
OHIM	Office for Harmonization in the Internal Market – Úrad pre harmonizáciu vnútorného trhu
OZ	Ochranná známka
OZS	Ochranná známka spoločenstva
PO	Právnická osoba
SR	Slovenská republika
TRIPS	Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights - Dohoda o obchodných aspektoch práv duševného vlastníctva
ÚPV SR	Úrad priemyselného vlastníctva Slovenskej republiky
WIPO	World Intellectual Property Organization – Svetová organizácia duševného vlastníctva
WTO	World trade organization – Svetová obchodná organizácia
USA	Spojené štáty americké
Z.z.	Zbierka zákonov
\$	Americký dolár

Úvod

Používanie ochranných znáмок má dlhú tradíciu siahajúcu až do staroveku, keď už v tej dobe jednotliví remeselníci umiestňovali na svoje výrobky značky, ktoré jasne identifikovali pôvod výrobkov. Od tých čias význam používania ochranných znáмок výrazne vzrástol, a to najmä s rozvojom obchodu počas éry priemyselnej revolúcie, do kedy je možné datovať aj vznik prvých právnych úprav v tejto oblasti. V súčasnosti, keď žijeme v ére informačnej, kde je duševné vlastníctvo jedným z najlukratívnejších obchodných artiklov, význam ochrany označení podnikov a ich produktov najlepšie ilustruje hodnota značiek ako Coca-Cola, ktorej súčasná trhová hodnota podľa spoločnosti Interbrand presahuje 70 mld. amerických dolárov.

Ochranné známky sú tradičným prostriedkom práv na označenie, ktoré slúžia na rozlíšenie výrobku alebo služby rovnakého druhu rôznych výrobcov alebo poskytovateľov. Pomáhajú tak spotrebiteľovi ľahšie sa orientovať sa na trhu .

Právnu ochranu požíva len registrované označenie, teda len OZ zapísaná do registra ochranných znáмок. V Slovenskej republike má registráciu ochranných znáмок v kompetencii Úrad priemyselného vlastníctva SR. Prostredníctvom tohto úradu je možné okrem národnej OZ platnej na území SR podať prihlášku OZ Spoločenstva platnej vo všetkých štátoch EÚ, a takisto medzinárodnú prihlášku, kde je možné prostredníctvom jednej prihlášky získať právnu ochranu OZ vo viac ako 80 krajinách sveta.

Aj keď väčšina podnikateľov chápe význam používania ochranných znáмок na vymedzenie svojich výrobkov od konkurenčných, nie všetci považujú za dôležitú ich ochranu prostredníctvom registrácie.

Na Slovenku záujem o registráciu OZ prudko vzrástol po vstupe SR do Európskej únie, odkedy mal počet podaných prihlášok až do príchodu hospodárskej krízy rastúci trend . Ročne je na Slovensku podaných zhruba 3 tis. prihlášok , pričom sa prevažne jedná o slovenských prihlasovateľov . V súčasnosti je na Slovensku registrovaných cez 50 tis. ochranných znáмок zapísaných v registri úradu a viac ako 115 tis. medzinárodných znáмок. V porovnaní s ČR, kde je registrovaných 800 tis. ochranných znáмок je to však relatívne málo.

Registrovaná OZ v porovnaní z neregistrovaným označením prináša celý rad konkurenčných výhod , ktoré preukázateľne pozitívne vplyvajú na hospodárenie podnikateľských subjektov. Podnik, ktorý má svoje označenia zaregistrované má napríklad výlučné právo zabrániť komukoľvek používať označenie zhodné alebo

zameniteľné s jeho ochrannou známkou pre rovnaké alebo podobné tovary alebo služby, pre ktoré je ochranná známka zapísaná do registra. Takáto ochrana predstavuje možnosť ako si môže podnik ochrániť svoje investície do marketingu či vývoja produktov a ako môže zabrániť konkurencii parazitovať na ich výsledkoch. Na druhej strane zaregistrovaná OZ prináša viacero príležitostí pre rozvoj podniku, ktoré spočívajú v možnosti ľahšieho získania finančných prostriedkov, keďže OZ môže byť predmetom záložného práva, takisto môže byť zdrojom príjmov z licenčných poplatkov či franšízy.

Cieľom tejto práce bude preto poukázať na práva a benefity, ktoré poskytuje registrovaná OZ, analyzovať možnosti registrácie OZ doma aj v zahraničí a identifikovať význam OZ v konkrétnych subjektoch agropotravinárskeho sektoru.

1. Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí

1.1 Vývoj v oblasti práv na označenie

(Jakl a i.,1997) uvádzajú, že používanie označení, ktoré slúžia na určovanie pôvodu výrobkov a služieb má veľmi dlhú tradíciu. Literárne pramene uvádzajú, že počiatok tejto tradície siaha do staroveku, kedy remeselníci a obchodníci označovali svoje keramické výrobky, či výrobky z kože. Takéto označenie bolo spravidla tvorené značkami, písmenami, iniciálami producenta alebo grafickými symbolmi, ktoré boli pripevňované alebo priamo vytvárané na povrchu výrobkov. Vypaľovanými symbolmi boli označované aj zvieratá (pôvod anglického výrazu brand z významom značka). Zvyk označovať výrobky označením výrobcu sa rozširoval v stredoveku a pretrval do novoveku, kedy v súvislosti s hromadnou výrobou a rozvojom obchodu nabral na význame. Označovanie tovarov v širokom merítku sa začalo používať v súvislosti s rozvojom cechov, v ktorých sa sústreďovali remeselníci rôznych odborov, a kedy začalo v súčasnom poňatí dochádzať k rozsiahlej hospodárskej súťaži medzi jednotlivými skupinami a remeselníkmi. V tomto období sa začal presadzovať hlavný zmysel označenia, a to rozširovať výrobky jedného cechu alebo živnostníka od výrobkov iných cechov alebo živnostníkov. Avšak dynamický vývoj v oblasti označovania tovarov, hlavne pokiaľ sa jedná o právnu ochranu, nastal až v druhej polovici 19. storočia. Ako prvé začali právnu reguláciu zavádzať USA, Veľká Británia, Francúzsko a Rakúsko, pričom právna úprava bola spravidla založená na rozhodovaní súdov. Právna úprava v tejto oblasti bola na Slovensku v druhej polovici 19. storočia daná vývojom v rámci Rakúsko-Uhorskej monarchie. Novodobá ochrana práv na označenie bola v Rakúsko-Uhorsku založená rakúskym cisárskym patentom č. 230 z roku 1859 o ochrane priemyselných známkok a v roku 1890 bol založený na území Rakúska založený ústredný známkový register. Po vzniku ČSR v roku 1918 boli v tejto oblasti prebraté do tej doby platné rakúske právne predpisy, ktoré platili až do roku 1952, kedy bol vydaný zákon č. 8/1952 Zb. o ochranných známkach neskôr nahradený zákonom 174/1988 Zb.. V slovenskej republike bol v roku 1997 prijatý zákon č. 55/1997 Z.z. o ochranných známkach, ktorý bol nahradený súčasne platným zákonom o ochranných známkach č. 506/2009 Z.z..

1.2 Súčasná právna úprava ochranných známk.

Právo ochranných známk predstavuje súhrn právnych noriem obsiahnutých vo vnútroštátnom práve, medzinárodných zmluvách a v európskom práve, ktoré upravujú spoločenské vzťahy, ktorých predmetom je ochrana ochranných známk.

(Jakl a i., 1997) tvrdia, že právny režim OZ je upravený nielen právnymi predpismi platnými v SR, ale tiež mnohostrannými medzinárodnými zmluvami, ktoré záväzne stanovujú niektoré princípy zápisu OZ a uplatnenia ich ochrany.

Okrem už spomínaných prameňov práva OZ sú dôležitým prameňom aj normy úijného práva, týkajúce sa jednak aproximácie legislatívy jednotlivých ČŠ v oblasti OZ, a takisto inštitútu ochrannej známky spoločenstva.

1.2.1 Právna úprava ochranných známk v medzinárodnom práve

Ako už bolo spomenuté, pramene práva OZ v medzinárodnom práve sú reprezentované predovšetkým medzinárodnými zmluvami upravujúcimi základné princípy zápisu a uplatnenia ochrany OZ.

Podľa (Jakla a i., 1997) vznik najstarších medzinárodných zmlúv v tejto oblasti spadá do druhej polovice 19. storočia, kedy si rozvoj výroby a obchodu v priemyselne vyspelých krajinách vyžiadal stanovenie pravidiel pre podmienky ochrany priemyselných práv v medzištátnom merítku.

Parížsky dohovor na ochranu priemyselného vlastníctva

Najstaršou takouto zmluvou je Parížsky dohovor na ochranu priemyselného vlastníctva (ďalej len „Parížsky dohovor“), ktorý predstavuje základnú právnu úpravu priemyselného vlastníctva v medzinárodnom práve. Parížsky dohovor bol podpísaný 20. Marca 1883 predstaviteľmi 11 krajín, ktoré sa dohodli na vytvorení únie na ochranu priemyselného vlastníctva. V súčasnosti má 173 zmluvných strán, pričom v ČSR vstúpil do platnosti k 5. októbru 1919, v samostatnej SR vstúpil ku dňu jej vzniku t.j. k 1.1. 1993. Predmetom ochrany priemyselného vlastníctva sú podľa Parížskej dohody patenty na vynálezy, úžitkové vzory, priemyslové vzory alebo modely, továrenské alebo obchodné známky, známky služieb, obchodné meno a údaje o proveniencii tovaru alebo označení jeho pôvodu. Ďalšou úlohou ochrany priemyselného vlastníctva je aj potlačovanie nekalej súťaže. Priemyselné vlastníctvo je chápané v najširšom poňatí a vzťahuje sa

nielen na priemysel a na obchod vo vlastnom zmysle slova, ale aj na poľnohospodársky a ťažobný priemysel a na všetky umelé alebo prirodzené výrobky, napr.: na víno, obilie, tabakové listy, ovocie, dobytok, nerasty, minerálne vody, pivo, kvetiny, múku (Summary of the Paris Convention for the Protection of Industrial Property, 2010).

Podľa (Grolicha, 2009) najvýznamnejšími prvkami Parížskeho dohovoru v oblasti ochranných známk je okrem obecnej úpravy tiež princíp národného režimu, čo znamená, že členským štátom je ponechané výhradné právo na vnútroštátnu úpravu podmienok pre zápis ochranných známk. Parížsky dohovor tiež zavádza právo priority, tj. právo žiadateľa o zápis ochrannej známky, ktorý podá riadnu prihlášku v jednej z únijských krajín požívať prioritné právo pri podaní prihlášky v ostatných krajinách.

Madridská dohoda o medzinárodnom zápise továrenských alebo obchodných známk a Protokol k Madridskej dohode

Ďalšími významnými právnymi normami v oblasti známkového práva sú Madridská dohoda o medzinárodnom zápise továrenských alebo obchodných známk zo 14. apríla 1891 (ďalej len Madridská dohoda) a Protokol k Madridskej dohode z 27. júna 1989 (ďalej len Protokol). Tieto dokumenty predstavujú dvojicu mnohostranných medzinárodných zmlúv upravujúcich zápis medzinárodných ochranných známk do známkového registra medzinárodného úradu Svetovej organizácie duševného vlastníctva so sídlom v Ženeve (Summary of the Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks (1891) and the Protocol Relating to that Agreement (1989), 2010).

Krajiny, ktoré ratifikovali alebo pristúpili k jednej alebo aj k obovom zmlúvam tvoria osobitnú úniu, nazývanú tiež „Madridská únia“, ktorá má v súčasnosti 85 členov. Pre Slovensku republiku je Madridská dohoda platná od 29. decembra 1970 a Protokol od 13. septembra 1998. Uvedené medzinárodné zmluvy vytvárajú spolu s Vykonávacím predpisom osobitný systém nazývaný tiež „Madridský systém“. Tento upravuje podávanie medzinárodných prihlášok na medzinárodný úrad do Ženevy prostredníctvom úradu pôvodu a upravuje tiež vznik, všetky zmeny a zánik zápisov, ktoré boli na základe týchto prihlášok do medzinárodného registra ochranných známk zaznamenané. Madridsky systém ponúka prihlasovateľom (FO alebo PO, ktoré majú podnik, bydlisko alebo štátnu príslušnosť viazanú na jedného z členov Madridskej únie) možnosť prihlásenia ochrannej známky vo všetkých alebo len vo vybraných štátoch Madridskej únie podaním jedinej

prihlášky a zaplatením jediného poplatku na úrade pôvodu (v SR je to ÚPV), prípadne priamo na WIPO v Ženeve (Dibdiak 2010).

Niceská dohoda o medzinárodnom triedení výrobkov a služieb na účely zápisu známk

Niceská dohoda o medzinárodnom triedení výrobkov a služieb na účely zápisu známk (ďalej len Niceská dohoda) bola prijatá na diplomatickej konferencii v Nice 15. júna 1957 . Ako už vyplýva z názvu, Niceská dohoda zavádza medzinárodný (Niceský) systém triedenia výrobkov a služieb na účely zápisu ochranných známk, ktorý sú členské krajiny Niceskej dohody povinné uplatňovať v spojitosti so zápisom ochranných známk, a to ako hlavný systém triedenia alebo ako pomocný systém triedenia. Používanie Niceského triedenia je povinné na národný zápis ochranných známk v členských krajinách Niceskej dohody, ale je tiež povinné aj na medzinárodný zápis ochranných známk uskutočňovaný v Medzinárodnom úrade Svetovej organizácie duševného vlastníctva podľa Madridskej dohody o medzinárodnom zápise továrenských a obchodných známk a Protokolu k tejto Dohode, tiež na zápis ochranných známk v Africkej organizácii duševného vlastníctva na zápis v známkovom úrade Beneluxu a v Úrade pre harmonizáciu vnútorného trhu .Niceské triedenie však používajú aj ďalšie, nielen členské krajiny Niceskej dohody. Niceská dohoda má v súčasnosti 83 zmluvných strán. Slovenská republika ako súčasť ČSR pristúpila k dohode medzi prvými krajinami 15 júna 1957 , pričom zmluva vstúpila do platnosti po ratifikácii k 8. Aprílu 1961 (Summary of the Nice Agreement Concerning the International Classification of Goods and Services for the Purposes of the Registration of Marks, 2010) .

Dohoda o obchodných aspektoch práv duševného vlastníctva

Dohoda o obchodných aspektoch práv duševného vlastníctva (Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights) (ďalej len TRIPS) je prílohou Dohody o založení Svetovej obchodnej organizácie , ktorá bola podpísaná 15.4. 1994 v Marrakéši. TRIPS upravuje právnu ochranu duševného vlastníctva v oblasti autorského práva a práv príbuzných autorskému právu, ochranných známk, zemepisných označení, priemyselných vzorov, patentov, topografií integrovaných obvodov, ochrany nezverejnených informácií a kontroly protikonkurenčných praktík v zmluvných licenciách. Normy obsiahnuté v TRIPS

upravujú hlavne dostupnosť rozsah a užívanie práv duševnému vlastníctvu. Vymedzujú tiež proces nadobúdania týchto práv vrátane prostriedkov k ich udržiavaniu a dodržiavaniu.

Podľa (Grolicha, 2009) TRIPS má zvláštnu právnu povahu vďaka tomu, že sa jedná medzinárodnoprávnou verejnú zmluvu obsahujúcu aj ustanovenia priamo aplikovateľná na jednotlivcov a má tiež zvláštny vzťah k únijnej úprave. TRIPS je postavená na základných princípoch, na ktorých stojí samotná WTO. Sú nimi národné zaobchádzanie, doložky najvyšších výhod a nediskriminácie. Prvé dva spomínané princípy sú upravené prevažne verejnoprávne a ustanovenia, ktoré ich upravujú sú adresované iba zmluvným štátom. Ustanovenia upravujúce princíp nediskriminácie sú naopak priamo aplikovateľná na fyzické aj právnické osoby. S verejnoprávnou úpravou tejto ochrany duševných práv súvisí aj systém ako sa tejto ochrany môžu domôcť aj jednotlivci. Európske spoločenstvo vydalo dokonca nariadenia Rady, ktoré stanovuje, že sa jednotlivé subjekty členských štátov Európskej únie môžu obracať so svojimi sťažnosťami na porušovanie TRIPS priamo k Európskej Komisii podľa medzinárodných obchodných pravidiel, hlavne pravidiel stanovených v rámci WTO.

Dohovor o práve ochranej známky

Dohovor o práve ochranej známky predstavuje medzinárodnú zmluvu prijatú 15. apríla 1994 v Ženeve, ktorej cieľom bolo zjednotenie formálnych postupov registračných procesov v jednotlivých členských štátoch (Summary of the Trademark Law Treaty, 2010).

(Grolich, 2009) uvádza, že okrem harmonizácie registračných procesov bolo jej cieľom aj zjednodušenie týchto postupov, čo prinieslo úsporu času, práce a nákladov na registráciu a tiež uľahčilo získanie právnej ochrany ochranej známky

Dohovor o práve ochranej známky vymedzuje náležitosti prihlášky na zápis ochranej známky, ktoré známkový úrad môže po prihlasovateľovi požadovať a zároveň stanovuje, ktoré doklady známkový úrad po prihlasovateľovi požadovať nesmie. Navyše tiež umožňuje, aby na základe jedinej prihlášky bola ochranná známka zapísaná pre tovary alebo služby zaradené do niekoľkých tried podľa Niceskej dohody. Dohovor o práve ochranej známky vstúpil do platnosti k 1. augustu 1996 pre SR vstúpil do platnosti k 9. júlu 1997 štátoch (Summary of the Trademark Law Treaty, 2010).

Singapurský dohovor o práve ochrannej známky

Singapurský dohovor o práve ochrannej známky (ďalej len Singapurský dohovor) zo 27. marca 2006 predstavuje revíziu Dohovoru o práve ochrannej známky . Cieľom tejto medzinárodnej zmluvy je vytvorenie moderného a dynamického rámca pre harmonizáciu registračných procedúr ochranných známk, reflektujúc aj rozvoj v oblasti informačných technológií (Summary of the Singapore Treaty on the Law of Trademarks, 2010).

(Hajnalová, 2010) tvrdí, že Singapurský dohovor ako prvý upravuje aj netradičné graficky znázorniteľné ochranné známky ako sú hologramy , či trojrozmerné ochranné známky, a takisto graficky neznázorniteľné ochranné známky ako sú čuchové, hmatové, zvukové či pohybové ochranné známky. Ďalej Singapurský dohovor upravuje problematiku dokladov potrebných k doloženiu zmeny vlastníctva ochrannej známky a náležitosti žiadosti o zápis licencie.

Singapurský dohovor takisto upravuje alternatívne formy podávania prihlášok vrátane elektronického podávania prihlášok, pričom zmluvným stranám je pri výbere formy a nástrojov podávania prihlášok ponechaná voľnosť. To znamená, že známkový úrad zmluvnej strany si môže sám určiť či bude akceptovať prihlášky v papierovej, elektronickej, alebo akejkoľvek inej forme (Summary of the Singapore Treaty on the Law of Trademarks, 2010).

Singapurský dohovor vstúpil do platnosti 16 marca 2009. V SR sa stal platným 16.mája 2010, pričom sa jedná o medzinárodnú zmluvu , ktorá ma podľa piateho odseku, článku 7 Ústavy SR prednosť pred zákonmi SR .

1.2.2 Právna úprava ochranných známk v únijnom práve

Oblasť ochranných známk je v únijnom práve upravená predovšetkým smernicou Rady č. 2008/96/ES o aproximácii právnych predpisov v oblasti ochranných známk a nariadením č. 207/2009 o ochrannej známke Spoločenstva. Ďalšie významné právne normy, ktoré je v súvislosti s únijnou úpravou známkového práva potrebné uviesť sú smernica Európskeho parlamentu a Rady č. 2004/48/ES o vymožitelnosti práv duševného vlastníctva, nariadenie Komisie (ES) č. 2869/95 o poplatkoch splatných Úradu pre harmonizáciu vnútorného trhu a nariadenie Komisie (ES) č. 216/96 , ktorým sa ustanovuje rokovací poriadok odvolacích senátov Úradu pre harmonizáciu vnútorného trhu (Legislatíva – Ochranné známky, 2011).

Smernica Európskeho parlamentu a Rady č. 2008/96/ES o aproximácii právnych predpisov v oblasti ochranných známk

Smernica Európskeho parlamentu a Rady č. 2008/96/ES o aproximácii právnych predpisov v oblasti ochranných známk (ďalej len smernica) reprezentuje snahu odstrániť rozdiely vo vnútroštátnej legislatívnej úprave v oblasti OZ, ktoré by mohli brániť voľnému pohybu tovarov a služieb a deformovať hospodársku súťaž.

Cieľom smernice nie je aproximácia v plnom rozsahu, ale len odstránenie rozdielov v tých ustanoveniach vnútroštátnych právnych predpisov, ktoré najvýraznejšie ovplyvňujú fungovanie vnútorného trhu.

Smernica sa vzťahuje na každú ochrannú známku pre tovary alebo služby, ktorá je v členskom štáte predmetom zápisu alebo prihlášky ako individuálna ochranná známka, kolektívna známka alebo ako garančná alebo certifikačná známka, alebo je predmetom zápisu alebo prihlášky na Úrade Beneluxu pre duševné vlastníctvo, alebo je predmetom medzinárodného zápisu s účinkami v členskom štáte.

Smernica okrem vymedzenia pojmu ochranná známka, uvádza dôvody pre zamietnutie OZ, ustanovuje práva z ochrannej známky, upravuje ustanovenia týkajúce sa licencií, vyčerpania práv z OZ, obmedzenia účinku OZ obmedzenia práv z OZ v dôsledku strpenia, používania OZ a takisto uvádza dôvody na zrušenie OZ.

Nariadenie Rady č. 207/2009 o ochrannej známke Spoločenstva.

Nariadenie Rady č. 207/2009 o ochrannej známke Spoločenstva (ďalej len nariadenie) predstavuje právnu normu priamo aplikovateľnú v ČŠ, upravujúcu inštitút ochrannej známky Spoločenstva, ktorý predstavuje samostatný systém ochrany označení, tzn., že nijakým spôsobom nenahradzuje vnútroštátne právne úpravy, ani neovplyvňuje národné režimy ochranných známk.

Režim ochrannej známky Spoločenstva umožňuje subjektom z ČŠ prostredníctvom jednej prihlášky a jedného procesného systému nadobudnúť ochranné známky Spoločenstva, ktorým sa poskytuje jednotná ochrana a ktoré sú účinné na celom území Spoločenstva.

Nariadenie upravuje aj vznik Úradu pre harmonizáciu vnútorného trhu (Office for Harmonization in the Internal Market, ďalej len OHIM) so sídlom v Alicante. OHIM je

orgánom, ktorý vedie konania o ochranných známkach Spoločenstva a je úplne nezávislý na ostatných orgánoch Spoločenstva.

1.3 Právna úprava ochranných známk v Slovenskej republike

Oblasť ochranných známk je v SR upravená v zákonom č. 506/2009 Z.z o ochranných známkach (ďalej len zákon), platným od 1. januára 2010 a vykonávacou vyhláškou k tomuto zákonu č. 567/2009 Z.z. ÚPV SR. Z ďalších vnútroštátnych právnych noriem, ktoré sa dotýkajú problematiky ochranných známk je potrebné spomenúť zákon č. 71/1967 Z.z. o správnom konaní v znení neskorších predpisov, ktorým sa subsidiárne riadi konanie o prihláške ochrannej známky a zákon č. 145/1995 Z.z. o správnych poplatkoch v znení neskorších predpisov, ktorý stanovuje výšku správnych poplatkov týkajúcich sa registrácie ochrannej známky (Legislatíva – Ochranné známky, 2010).

Zákon o ochranných známkach

Základom právnej úpravy ochranných známk v SR je zákon č. 506/2009 Z.z o ochranných známkach. Predmetom úpravy tohto zákona sú práva a povinnosti súvisiace s právnou ochranou ochranných známk a konania vo veciach ochranných známk pred ÚPV SR.

(Bachratý, 2010) uvádza, že v zákone je transponovaná smernica Európskeho parlamentu a Rady č. 2008/96/ES o aproximácii právnych predpisov v oblasti ochranných známk, ako aj smernica Európskeho parlamentu a Rady č. 2004/48/ES o vymožitelnosti práv duševného vlastníctva. V zákone sú zároveň prebrané ustanovenia Singapurského dohovoru a niektoré ustanovenia nariadenia Rady č. 207/2009 o ochrannej známke Spoločenstva. V zákone sú tiež premietnuté skúsenosti z praxe ÚPV SR.

Samotný obsah zákona je predmetom analýzy v ďalších kapitolách.

Vykonávacia vyhláška k zákonu o ochranných známkach

Vykonávacou vyhláškou č. 567/2009 Z.z. ÚPV SR. sú upravené podrobnosti o náležitostiach: prihlášky ochrannej známky, žiadosti o úpravu označenia, pripomienok proti zápisu označenia do registra, námietok proti zápisu do registra. Vyhláška ďalej upravuje podrobnosti týkajúce sa zmeny údajov, zápisu licencií a záložného práva do registra, ako aj podrobnosti náležitostí návrhu na zrušenie OZ, či vyhlásenie OZ za neplatnú.

1.4 Vymedzenie pojmu ochranná známka

(Horáček, 2004) poukazuje na to, že termín "ochranná známka" nie je v známkovom práve jednotný. V niektorých právnych poriadkoch sa používa termín obchodná známka "trade mark" (Veľká Británia), trademark, registered trade mark (USA), obdobne je tomu aj v práve Európskej únie a v dokumentoch Svetovej organizácie duševného vlastníctva (WIPO) a Svetovej obchodnej organizácie (WTO). Vo francúzštine tento termín zodpovedá výrazu "la marque déposée" , v nemčine "Marke" resp. "Warenzeichen" a v ruskom jazyku sa označuje ako "tovarnyj znak" . (Križan, 2007) uvádza, že do slovenčiny možno tento termín preložiť ako "továrenská a obchodná známka". V našom právnom poriadku je však od účinnosti zákona č. 8/1952 Z.z. zaužívaný výraz ochranná známka .

Ďalej je podľa môjho názoru dôležité vymedziť rozdiel medzi pojmi značka a ochranná známka, ktoré sú u mnohých ľudí chápané ako synonymá. Značka podľa (Horáčka, 2004) predstavuje nechránené označenie slúžiace k odlišeniu výsledkov ľudského snaženia, akéhokoľvek diela výtvarného, literárneho, technického alebo remeselného, zatiaľ čo ochranná známka je značkou, ktorá bola na základe preskúmania zápisnej spôsobilosti zapísaná do registra OZ a požíva na určitom teritóriu právnu ochranu.

1.4.1 Pozitívne vymedzenie pojmu ochranná známka

V slovenskej legislatíve je pojem ochranná známka vymedzený v zákone č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach, ktorý dôsledne preberá definíciu OZ upravenú smernicou Európskeho parlamentu a Rady č. 2008/96/ES o aproximácii právnych predpisov v oblasti ochranných známk.

Podľa tohto zákona je označenie, ktoré môže tvoriť ochrannú známku, akékoľvek označenie, ktoré možno graficky znázorniť a ktoré tvoria najmä slová vrátane osobných mien, písmená, číslice, kresby, tvar tovaru alebo jeho obal, prípadne ich vzájomné kombinácie, ak takéto označenie je spôsobilé rozlíšiť tovary alebo služby jednej osoby od tovarov alebo služieb inej osoby.

(Švidroň, 2000) tvrdí, že takéto vymedzenie pojmu ochranná známka by z hľadiska obsahového i formálneho vyjadrenia bolo možné pokladať za legálnu definíciu. Ibaže zákon okrem tohto pozitívneho vymedzenia obsahuje aj ustanovenia, ktoré predstavujú negatívne vymedzenie OZ a len všetky dovedna právne spoluurčujú pojem ochrannej

známky. Z pozitívneho vymedzenia pojmu ochranná známka je možné vyvodit', že ochranná známka môže byť plošná (dvojrozmerná), priestorová (trojrozmerná), vyjadrená písmenami a číslicami tj. známka slovná, grafickým motívom (obrazová známka), poprípade kombináciou textu a grafiky (kombinovaná známka). Vyobrazená môže byť v čierno-bielom alebo farebnom prevedení. Z hľadiska zmyslového vnímania je teda výlučne orientovaná na vnímanie zrakom. To znamená, že nie je možné zapísať označenia vnímané inými zmyslami, ako sú znelky, arómy a podobne.

Ďalšou požiadavkou na označenie schopné tvoriť OZ je grafická znázorniteľnosť, čím sú vylúčené aj inak zrakom vnímateľné svetelné označenia (napr. pútač pozostávajúci s kombinácie farebných svetelných prvkov) aj pohybové označenia (napríklad opakovateľná kombinácia pohybových prvkov). Pozitívne vymedzenie takisto kladie dôraz na jej rozlišovaciu schopnosť, tj. schopnosť rozlíšiť tovary a služby pochádzajúce od rôznych podnikateľov a na limitovanie právnej sféry uplatnenia podnikateľskými, čiže trhovo-súťažnými vzťahmi, tzn. že logá politických strán, erbové znaky miest, puncovné označenia zlatníckych výrobkov a podobne sú vylúčené (Švidroň, 2000).

1.4.2 Negatívne vymedzenie pojmu ochranná známka

(Jakl a i., 1997) poukazujú na to, že niektoré označenia, aj napriek tomu, že by splňovali podmienky pozitívneho vymedzenia pojmu ochrannej známky, sú zo zápisu do registra ochranných známk vylúčené.

(Hajnalová, 2010) uvádza, že sú to jednak označenia, ktoré sú vylúčené zo zápisu do registra OZ ustanovením § 5, ktoré uvádza absolútne prekážky zápisnej nespôsobilosti. Z hľadiska týchto absolútnych prekážok skúma ÚPV SR prihlásené označenia ešte pred ich zverejnením a zápisom do registra OZ. Ďalej sú to označenia vylúčené zo zápisu do registra OZ na základe kolízie z právami tretích osôb ustanoveniami §6 a §7. Jedná sa o tzv. relatívne prekážky zápisnej spôsobilosti. V priebehu prieskumu Úrad vo vzťahu k relatívnym prekážkam zápisnej nespôsobilosti skúma iba, či nejde o označenie, ktoré je zhodné, alebo označenie obsahuje prvky, ktoré by mohli viesť k zámene so staršou OZ, ktorá bola zapísaná alebo prihlásená pre iného majiteľa, pre rovnaké alebo podobné tovary alebo služby. Splnenie ostatných relatívnych podmienok uvedených v §7 skúma Úrad až na základe námietok oprávnených osôb uvedených v zákone, ktoré majú na podávanie námietok 3 mesiace od zverejnia prihlášky vo Vestníku ÚPV SR.

Absolútne dôvody pre zamietnutie zápisu označenia do registra ochranných známk Úradu priemyselného vlastníctva Slovenskej republiky

Označenie sa do registra ochranných známk ÚPV SR nezapíše ak nespĺňa podmienky podľa §2 (vymedzenie ochrannej známky), nemá rozlišovaciu spôsobilosť, je tvorené výlučne označeniami alebo údajmi, ktoré v obchodnom styku môžu slúžiť a určenie druhu, kvality, množstva, účelu, hodnoty, zemepisného pôvodu, prípadne času výroby tovarov či poskytnutia služieb, alebo iných vlastností tovarov alebo služieb, je tvorené výlučne označeniami alebo údajmi, ktoré sa stali obvyklými v bežnom jazyku alebo v zaužívaných poctivých obchodných zvyklostiach, je tvorené výlučne tvarom výrobku, ktorý vyplýva z povahy samotného výrobku alebo je potrebný na dosiahnutie technického výsledku, alebo dáva výrobku podstatnú hodnotu, je v rozpore s verejným poriadkom alebo dobrými mravmi, môže klamať verejnosť najmä o povahe, kvalite, zemepisnom pôvode tovarov alebo služieb, obsahuje, bez súhlasu príslušných orgánov, označenia chránené podľa medzinárodného dohovoru obsahuje označenia, ktorých používanie nie je v súlade s ustanoveniami iného právneho predpisu alebo je v rozpore so záväzkami, ktoré vyplývajú Slovenskej republike z medzinárodných zmlúv, obsahuje znak vysokej symbolickej hodnoty, najmä náboženský symbol, obsahuje, bez súhlasu príslušných orgánov, znaky, emblémy alebo erby iné než tie, ktoré sú chránené podľa medzinárodného dohovoru a ktoré sú predmetom verejného záujmu, je predmetom prihlášky, ktorá nebola podaná v dobrej viere, obsahuje zemepisný údaj a je prihlasované pre vína alebo liehoviny, ktoré takýto pôvod nemajú.

Relatívne dôvody pre zamietnutie zápisu označenia do registra ochranných známk Úradu priemyselného vlastníctva Slovenskej republiky

Do registra sa ex offio nezapíše označenie, ak je zhodné so staršou ochrannou známkou iného prihlasovateľa alebo majiteľa pre zhodné tovary alebo služby; to neplatí ak prihlasovateľ alebo majiteľ zhodnej staršej ochrannej známky udelí písomný súhlas na zápis označenia ako ochrannej známky.

Označenie sa do registra tiež nezapíše v prípade opodstatnenosti námietok proti zápisu označenia do registra podaných oprávnenými osobami v stanovenej lehote. Predpokladom zamietnutia prihláseného označenia je pravdepodobnosť zámery na strane dotknutých osôb.

1.5 Druhy ochranných znáмок

Podľa Svetovej organizácie duševného vlastníctva (WIPO, 2003) ochranné známky možno rozdeliť do nasledujúcich kategórií :

Ochranné známky sú známky spôsobilé rozlíšiť tovary jedného subjektu od tovarov iného subjektu.

Servisné známky sú známky spôsobilé rozlíšiť služby jedného subjektu od služieb iného subjektu svojou podstatou veľmi blízka ochrannej známke. Služby môžu byť akéhokoľvek druhu - finančné, bankové, cestovné, reklamné alebo stravovacie a mnohé ďalšie. Servisné známky môžu byť registrované, obnovované, zrušené, prevedené alebo licencované za rovnakých podmienok ako ochranné známky.

Kolektívne známky sú známky spôsobilé rozlíšiť tovary alebo služby členov združenia. Kolektívna známka je vlastníctvom združenia alebo družstva, ktorého členovia ju môžu používať pri predaji svojich výrobkov. Združenie stanovuje kritériá používania kolektívnej známky (napr. kvalitatívne normy) a povoľuje jednotlivým firmám používať známku, ak spĺňajú takéto normy. Kolektívne známky môžu predstavovať efektívny spôsob predaja výrobkov prostredníctvom skupiny podnikov, ktoré by v prípade samostatnosti čelili ťažkostiam pri presadení sa na trhu alebo pri distribúcii.

Certifikačné známky sú známky spôsobilé rozlíšiť tovary alebo služby, ktoré spĺňajú súbor kvalitatívnych noriem a boli certifikované kompetentným orgánom. Preukazujú a potvrdzujú súlad so stanovenými kvalitatívnymi normami, avšak nevzťahujú sa na žiadne členstvo. Môžu byť použité subjektom, ktorého výrobky spĺňajú stanovené normy. V mnohých krajinách je hlavným rozdielom medzi kolektívnymi a certifikačnými známkami to, že kolektívne známky môžu byť použité len určitou skupinou podnikov, napr. členmi združenia, zatiaľ čo certifikačné známky môže používať každý, kto spĺňa normy stanovené vlastníkom certifikačnej známky.

Všeobecne známe známky sú známky, ktoré sú považované za všeobecne známe na trhu, čoho dôsledkom je ich silnejšia ochrana. Sú také známky, ktoré národný kompetentný orgán, od ktorého sa žiada ochrana, považuje za všeobecne známe. Vo všeobecnosti požívajú všeobecne známe známky silnejšiu ochranu. Napríklad, všeobecne známa známka môže byť chránená, aj keď nie je registrovaná (alebo nebola) na danom území. Navyše, kým sú známky vo všeobecnosti chránené voči klamlivým známkam len keď sú tieto použité pre rovnaké alebo podobné výrobky, všeobecne známe známky sú chránené voči klamlivým známkam aj pre odlišné výrobky, ak sú splnené určité podmienky. Cieľom

tejto silnejšej ochrany je zabrániť iným subjektom zneužívať reputáciu všeobecne známej známky a/alebo škodiť jej dobrému menu.

1.6 Značka kvality SK

Značka kvality SK predstavuje certifikačnú známku, ktorá sa používa na označovanie na Slovensku vyrobených potravín, ktoré sa od ostatných odlišujú hlavne vyššou kvalitou. Značka vznikla v roku 2004 za účelom podpory spotreby domácej potravinovej produkcie v rozvíjajúcom sa konkurenčnom prostredí po vstupe Slovenska do EÚ aj Ministerstvo pôdohospodárstva SR zahájilo program s názvom Národný program podpory poľnohospodárskych výrobkov a potravín Značka kvality SK, ktorého cieľom je upriamiť pozornosť slovenských spotrebiteľov na kvalitné domáce potraviny a uľahčiť im tak rozhodovanie pri nákupoch v ponuke domácich a zahraničných produktov. Základným predpokladom pre získanie Značky kvality Sk pre slovenského výrobcu je na konkrétny výrobok je v prvom rade vysoká kvalita výrobku pri použití domácich surovín, za dodržania deklarovaného technologického postupu, parametrov kvality a bezpečnosti potravín. Každý výrobok, ktorému je udelená značka kvality SK musí najmenej v jednom znaku vykazovať nadštandardné kvalitatívne charakteristiky, ktoré zvyšujú jeho kvalitu o pridanú hodnotu .O udelení značky prihláseným výrobkom rozhodujú odborná komisia zložená zo zástupcov Ministerstva pôdohospodárstva SR, Ministerstva hospodárstva SR, Štátnej veterinárnej a potravinovej správy, Úradu verejného zdravotníctva, Výskumného ústavu potravinárskeho a nezávislých odborníkov v oblasti výživy a potravinárstva. Spotrebiteľ vyhľadávaním loga značky dostáva komplexnú informáciu o každom výrobku, ktorý bol ocenený Značkou kvality SK, že nakupuje vysokokvalitný domáci výrobok , ktorý splnil všetky požiadavky prísnej domácej aj európskej legislatívy (Národný program podpory poľnohospodárskych produktov a potravín „ZNAČKA KVALITY SK, 2011).



Obrázok 1 Značka kvality SK, www.znackakvality.sk, 2011

1.7 Význam ochrannej známky

Základnou funkciou, ako už vyplýva z právnej definície pojmu OZ, je funkcia rozlišovacia, teda schopnosť odlišiť výrobky a služby, ktoré pochádzajú od rôznych podnikateľov. Je vysoko pravdepodobné, že spotrebitelia, ktorí sú spokojní s daným výrobkom, si v budúcnosti tento výrobok opäť kúpia alebo použijú. Z toho dôvodu je nevyhnutné, aby ľahko odlišili identické alebo podobné výrobky (WIPO, 2003).

(Križan, 2007) píše, že ďalšou funkciou OZ-ky je súťažná funkcia. OZ sa takto stáva dôležitým nástrojom na získanie a udržanie súťažnej pozície pred ďalšími súťažiacimi. Význam propagačnej funkcie spočíva v tom, že OZ reprezentuje určitý tovar alebo služby na trhu a oboznamuje s nimi širšiu verejnosť. S tým úzko súvisí aj garančná funkcia, keď známka zaručuje kvalitu, spoľahlivosť a ďalšie dobré vlastnosti tovaru a služieb chránených týmto označením.

(Hesková, 2008) tvrdí, že kupujúci je ochotný zaplatiť za značkový tovar viac, čo spôsobuje rast tržieb predávajúceho. Marža ďalej rastie v dôsledku väčšej obrátky tovaru, pretože zákazníci kupujú nejakú značku oveľa častejšie, než ostatné značky. Získané vysoké objemy predaja pozitívne ovplyvňujú image predajcu. Silná a zavedená značka má viac verných zákazníkov, väčšie podiely na trhu, môže dosahovať stabilnejšie výnosy. Zavedená a preferovaná značka zvyšuje hodnotu z pohľadu nehmotného majetku firmy. Hodnotu firmy zvyšuje tiež skutočnosť, že vďaka silnej značke nie je tak ťažké "preraziť" na trh s novým výrobkom.

(WIPO, 2003) Z vymenovaných funkcií OZ-ky potom vyplýva fakt, že OZ zohráva kľúčovú úlohu v obchodnej stratégii firiem, prispievajúc k definovaniu imidžu a reputácii výrobkov firmy v očiach spotrebiteľov, ktorí častokrát spájajú OZ s kvalitou či akosťou

výrobku. Imidž, samotná OZ a reputácia podniku vytvárajú dôveru, ktorá je základom vybudovania si vernej klientely a upevnenia pozície podniku na trhu. Aby si podnik mohol nielen vybudovať, ale aj hlavne udržať svoju klientelu je potrebné, aby ochrannú známku podnik vnímal ako stimul na investovanie do udržiavania alebo zvyšovania kvality vlastných výrobkov, čím sa zaistí, že výrobky s ich ochrannou známkou získajú pozitívnu reputáciu. Ochranná známka v sebe nesie aj určitú správu pre verejnosť, preto je nenahraditeľným marketingovým nástrojom. Obohacuje vzťah so zákazníkom tovaru a služieb prostredníctvom asociovania rozdielnych hodnôt, ktoré znamenajú stabilitu vzťahov .

(WIPO 2003) uvádza že, Ochranné známky môžu byť predmetom licencie, a teda priamym zdrojom zisku z poplatkov, takisto sú dôležitým prvkom franšízy a v neposlednom rade môžu byť užitočné pre získavanie financií , keďže OZ môžu byť predmetom záložného práva. Poukazuje tiež na to že, starostlivo vytvorená a udržiavaná ochranná známka je cenným obchodným aktívom väčšiny firiem. Pre niektoré môže byť majetkom s najvyššou hodnotou, ktorý vlastní. Odhady hodnoty niektorých svetovo najznámejších ochranných známk, akou je Coca-Cola alebo IBM, presahujú 50 mld. dolárov. Je to preto, lebo spotrebitelia si cenia ochranné známky, ich reputáciu, imidž a požadovanú kvalitu s ňou spojenú, a sú ochotní zaplatiť viac za výrobok označený ochrannou známkou, ktorú uznávajú a ktorá napĺňa ich očakávania. Preto vlastníctvo ochrannej známky s dobrým imidžom a reputáciou predstavuje pre firmu náskok pred konkurenciou.

2. Cieľ práce

Ochranná známka poskytuje jej vlastníkovi právnu ochranu zaručujúcu, že sa na dobrom mene, nápade či produkte nebude priživovať nikto iný. Zaregistrovanie si ochrannej známky by malo byť preto jedným z prvých krokov každého podnikateľa, fyzickej osoby či firmy, ktorý to myslí zo svojim podnikaním vážne a chce pod originálnym názvom ponúkať svoj tovar či služby. Na čo všetko ochranná známka majiteľa oprávňuje, aké výhody mu ponúka, a akým spôsobom ju môže získať, tak to sú otázky na ktoré by mala táto práca odpovedať.

Primárnym cieľom záverečnej práce preto je identifikovať praktické benefity využitia OZ pre podnikanie vybraných agropotravinárskych subjektov.

Parciálnymi cieľmi, ktoré podmieňujú dosiahnutie primárneho cieľa záverečnej práce sú:

- Analyzovať práva majiteľa OZ, analyzovať tak rozsah právnej ochrany, ktorú OZ poskytuje
- Analyzovať možnosti registrácie OZ doma aj v zahraničí
- Identifikovať dôvody prečo sa poľnohospodárske subjekty rozhodujú pre registráciu OZ, aké funkcie v ich podnikaní plní a aké konkurenčné výhody im ponúka

3. Metodika práce a metody skúmania

Objektom skúmania záverečnej práce sú ochranné známky a ich význam a prínosy pre podnikanie vo vybraných subjektoch agropotravinárskeho sektoru. Vybrané subjekty reprezentujú celú škálu subjektov, a to od malých a stredných podnikateľov až po veľké podniky, či štát. To isté platí aj pre výber OZ, ktoré používajú, nakoľko sa tu stretáme z významom známkou individuálnych, kolektívnych ako aj certifikačných. Zaujímavá je aj štruktúra vybraných subjektov z pohľadu geografického, keďže sú tu zastúpené subjekty pôvodom zo štyroch krajín z troch rôznych kontinentov. Konkrétne sa jedná o slovenskú spoločnosť MILK- AGRO, ktorá sa zaoberá výrobou a predajom potravinárskych výrobkov, kambodžského výrobcu sušienok Ly Ly food, talianske konzorcium výrobcov jabĺk Melinda a Asociáciu alexandrijských exportérov bavlny, ktorá spoločne z egyptskou vládou zastrešuje zahraničný obchod z egyptskou bavlnou.

Použité metódy:

- Analýza domácej a zahraničnej literatúry, právnych noriem, dokumentov, internetových stránok Úradu priemyselného vlastníctva, Svetovej organizácie duševného vlastníctva a Úradu pre harmonizáciu vnútorného trhu
- Syntéza získaných informácií
- Výber vhodných prípadových štúdií z databázy WIPO
- Výber domáceho podnikateľského subjektu pre účely spracovania prípadovej štúdie
- Získanie potrebných informácií pre spracovanie štúdie komunikáciou s marketingovým oddelením a z internetovej stránky subjektu
- Spracovanie prípadovej štúdie
- Analýza prípadových štúdií
- Zhodnotenie výsledkov a formulácia záveru vo vzťahu k cieľu práce.

4. Výsledky práce

4.1. Práva z ochrannej známky

4.1.1. Práva majiteľa ochrannej známky

Majiteľ ochrannej známky má výlučné právo používať ochrannú známku v spojení s tovarmi alebo so službami, pre ktoré je zapísaná v registri. Používanie rovnakého označenia podľa (Malého, 2000) pre iné tovary alebo služby nepožíva právnej ochrany s výnimkou tzv. všeobecne známych ochranných znáмок.

V zmysle ustanovenia § 9 zákona o ochranných známkach je používaním najmä:

- umiestňovanie ochrannej známky na tovaroch prípadne na ich obaloch,
- ponuka alebo uvádzanie na trh takto označených tovarov alebo skladovanie na tieto účely, alebo ponuka či poskytovanie takto označených služieb; dovoz alebo vývoz takto označených tovarov,
- používanie ochrannej známky v obchodnej korešpondencii alebo v reklame,
- rovnako aj používanie ochrannej známky v podobe, ktorá sa od podoby, v ktorej bola ochranná známka zapísaná odlišuje len v prvkoch nemeniacich jej rozlišovaciu spôsobilosť,
- umiestňovanie ochrannej známky na tovaroch alebo ich obaloch na území Slovenskej republiky výlučne na účel vývozu,
- používanie ochrannej známky so súhlasom majiteľa (t.j. udelením licencie) a používanie kolektívnej ochrannej známky osobou, ktorá má oprávnenie ju používať sa považuje za používanie majiteľom.

Majiteľ ochrannej známky je oprávnený používať spolu s ochrannou známkou značku ® .

(WIPO, 2003) Používanie ®, TM, SM alebo ekvivalentných symbolov u OZ nie je nutné a všeobecne neposkytuje dodatočnú právnu ochranu. Tieto symboly však môžu predstavovať výhodný spôsob, ako informovať ostatných o tom, že daná značka je ochrannou známkou, a tak varovať prípadných porušovateľov alebo falšovateľov.

Podľa (Grbalovej, 2010) je prípadné používanie symbolu ® pre nezapísané označenie možné považovať za nekalosúťažné konanie v zmysle § 44 obchodného zákonníka.

Bez súhlasu majiteľa ochrannej známky nikto nesmie používať označenie zhodné s ochrannou známkou pre zhodné tovary alebo služby alebo označenie, ak z dôvodu jeho zhodnosti alebo podobnosti s ochrannou známkou a zhodnosti alebo podobnosti tovarov alebo služieb existuje pravdepodobnosť zámeny na strane verejnosti alebo označenie zhodné alebo podobné s ochrannou známkou, ktorá má na území Slovenskej republiky dobré meno a ktorá nie je zapísaná pre zhodné alebo podobné tovary alebo služby, ak by používanie tohto označenia bez náležitého dôvodu neoprávnené ťažilo z rozlišovacej spôsobilosti alebo dobrého mena ochrannej známky alebo by bolo na ujmu rozlišovacej spôsobilosti ochrannej známky alebo jej dobrému menu.

Majiteľ ochrannej známky môže ochrannú známku previesť písomnou zmluvou na inú fyzickú osobu alebo právnickú osobu pre všetky tovary alebo služby, pre ktoré je zapísaná, alebo pre niektoré z nich. Takisto môže udeliť inej osobe oprávnenie na používanie ochrannej známky pre niektoré alebo všetky tovary alebo služby, pre ktoré je ochranná známkou zapísaná licenčnou zmluvou. Ochranná známkou takisto môže byť predmetom záložného práva.

4.1.2 Práva majiteľa pri porušení práv z ochrannej známky

V prípade neoprávneného zásahu do práv z ochrannej známky sa môže majiteľ OZ domáhať zákazu porušenia alebo ohrozenia jeho práv, ďalej má právo na náhradu škody a vydanie bezdôvodného obohatenia, v prípade spôsobenej nemajetkovej ujmy sa môže majiteľ ochrannej známky domáhať aj primeraného zadosťučinenia, pričom sa môže jednať aj o zadosťučinenie finančné.

Na návrh majiteľa ochrannej známky súd môže nariadiť, aby na náklady porušovateľa alebo ohrozovateľa tovary, materiály alebo nástroje, prostredníctvom ktorých priamo

dochádza k porušovaniu alebo ohrozovaniu práv chránených zákonom o ochranných známkach, boli stiahnuté alebo definitívne odstránené z obchodnej siete, inak zabezpečené spôsobom zamedzujúcim ďalšie porušovanie alebo ohrozovanie práva, pričom jednoduché odstránenie protiprávne použitého označenia na falšovanom výrobku sa nepovažuje za opatrenie zamedzujúce ďalšie porušovanie práva, zničené vhodným spôsobom na náklady porušovateľa práva, ak nie je dostupné primeranejšie riešenie.

Ak by oneskorenie spôsobilo oprávnenej osobe ťažko napravitelnú majetkovú či nemajetkovú ujmu môže súd vydať predbežné opatrenie, ktorým môže ukladať rovnaké povinnosti ako v rozhodnutí vo veci samej. V rozhodnutí o predbežnom opatrení môže súd uložiť navrhovateľovi povinnosť zložiť peňažnú zábezpeku v primeranej výške, prípadne podmieniť vykonateľnosť tohto rozhodnutia zložením peňažnej zábezpeky, pričom je výška nesmie byť podstatnou prekážkou účelného uplatnenia práva.

4.1.3 Porušovanie práv z ochranej známky a nekalá súťaž

(Grbalová, 2010) poukazuje na to, že pri porušovaní práv na označenie dochádza súčasne aj k naplneniu všeobecnej skutkovej podstaty nekalej súťaže podľa §44 obchodného zákonníka. V súvislosti s porušovaním práv na označenie najčastejšie dochádza k naplneniu osobitnej skutkovej podstate klamlivej reklamy, klamlivého označenia tovarov a služieb vyvolania nebezpečenstva zámieny a parazitovania na povesti podniku

V zmysle tohto ustanovenia je nekalá súťaž definovaná ako konanie v hospodárskej súťaži, ktoré je v rozpore s dobrými mravmi a je spôsobilé privodiť ujmu iným súťažiteľom alebo spotrebiteľom.

(Nytra, 2007) uvádza, že dané ustanovenie je tzv. generálnou klauzulou proti nekalej súťaži a aby konanie mohlo byť považované za nekalú súťaž musí kumulatívne spĺňať všetky tri podmienky dané definíciou nekalej súťaže, teda musí sa jednať o konanie v hospodárskej súťaži, musí byť v rozpore s dobrými mravmi a súčasne musí byť spôsobilé privodiť ujmu iným súťažiteľom alebo spotrebiteľom.

Majiteľ ochranej známky, ktorého práva boli nekalou súťažou porušené alebo ohrozené, sa môže v zmysle §53 obchodného zákonníka domáhať, aby sa subjekt, ktorý porušuje jeho práva sa tohto konania zdržal a odstránil závadný stav. Tiež má právo

požadovať primerané zadosťučinenie, ktoré sa môže poskytnúť aj v peniazoch, náhradu škody a vydanie bezdôvodného obohatenia.

4.1.4 Príslušnosť súdov vo veciach OZ a nekalej súťaže

Majiteľ OZ sa môže domáhať ochrany svojich práv súdnou cestou. Vo veciach ochrany práv k predmetom priemyselného vlastníctva a ochrany práv z nekalej súťaže je podľa zákona č. 371/2004 Z.z. príslušný:

Okresný súd Bratislava I pre obvody Krajského súdu v Bratislave, Krajského súdu v Trnave, Krajského súdu v Nitre,

Okresný súd Banská Bystrica pre obvody Krajského súdu v Banskej Bystrici, Krajského súdu v Žiline, Krajského súdu v Trenčíne,

Okresný súd Košice I pre obvody Krajského súdu v Košiciach a Krajského súdu v Prešove.

Na konanie o opravných prostriedkoch proti rozhodnutiam vydaným v konaní o ochrane práv k predmetom priemyselného vlastníctva podľa osobitných predpisov, o ochrane práv z nekalej súťaže je príslušný Krajský súd v Bratislave, Krajský súd v Banskej Bystrici a Krajský súd v Košiciach.

4.1.5 Trestnoprávne aspekty porušovania práv z ochranej známky

Trestnoprávnu zodpovednosť vyplývajúcu z porušovania práv z ochranej známky upravuje § 281 trestného zákona . V zmysle tohto ustanovenia porušovania práv k ochrane známke, označeniu pôvodu výrobku a obchodnému menu sa dopustí ten, kto uvedie do obehu tovar alebo poskytne služby neoprávnene označené označením zhodným alebo zameniteľnými s ochrannou známkou, ku ktorej právo používať ju patrí inému.

Takisto sa ho dopustí ten, kto na dosiahnutie hospodárskeho prospechu uvedie do obehu tovar neoprávnene označený označením zhodným alebo zameniteľným so zapísaným označením pôvodu výrobku a zemepisným označením výrobku, ku ktorému

právo používať ho patrí inému, alebo neoprávnené použije označenie zhodné alebo zameniteľné s obchodným menom alebo názvom právnickej osoby alebo fyzickej osoby.

Za takéto konanie možno páchatel'a odsúdiť na trest odňatia slobody do troch rokov, v prípade kvalifikovanej podstaty, ak páchatel' spôsobil škodu veľkého rozsahu, alebo trestný čin spáchal ako člen nebezpečného zoskupenia, možno potrestať dokonca trestom odňatia slobody na 3 až 8 rokov.

Podľa (Fritza, 2010) je pre naplnenie skutkovej podstaty trestného činu v zmysle § 281 trestného zákona potrebné preukázať priamy úmysel páchatel'a, čo je často veľmi obtiažne vzhľadom na podobu, v akej je kriminalita v tejto oblasti páchaná (predaj falzifikátov, priama výroba falzifikátov). Značným problémom trestnoprávneho riešenia porušovania práv z OZ sú aj zdĺhavé procesné úkony, čo je dôvodom prečo majitelia OZ často upúšťajú od takéhoto riešenia.

4.1.6 Obmedzenie a vyčerpanie práv z ochrannej známky

V zmysle § 14 zákona o ochranných známkach majiteľ ochrannej známky nemá právo zakázať tretím osobám používať v obchodnom styku ich vlastné meno, priezvisko, obchodné meno alebo adresu, údaje týkajúce sa druhu, kvality, množstva, účelu, hodnoty, zemepisného pôvodu, času výroby alebo iných vlastností tovarov alebo služieb a označenie potrebné na určenie účelu tovarov alebo služieb za predpokladu, že tretia osoba ich používa v súlade s obchodnými zvyklosťami, dobrými mravmi a pravidlami hospodárskej súťaže.

Rovnako majiteľ ochrannej známky je povinný strpieť používanie zhodného alebo podobného nezapísaného označenia miestneho dosahu (t.j. označenia používaného v určitom regióne, meste alebo obci a nie na území celej Slovenskej republiky), ak sa používanie nezapísaného označenia začalo už pred podaním prihlášky ochrannej známky a rozsah používania nezapísaného označenia sa nezmenil.

Majiteľ ochrannej známky nemá právo zakázať tretím osobám jej používanie na tovare, ktorý bol s touto ochrannou známkou uvedený na trh v Slovenskej republike alebo na trh v členskom štáte Európskej únie, alebo v inom štáte tvoriacom Európsky hospodársky priestor samotným majiteľom alebo s jeho súhlasom. Takéto obmedzenie práv majiteľ'a ochrannej známky neplatí v prípade, ak bez jeho zapríčinenia po uvedení tovarov na trh došlo napr. k zhoršeniu kvality týchto tovarov. Majiteľ označenia má týmto

zabezpečenú možnosť udržiavať a kontrolovať kvalitu výrobkov uvádzaných na trh pod jeho ochrannou známkou.

4.2 Možnosti získania ochrannej známky

V súčasnej dobe existuje viacero možností ako si zaregistrovať ochrannú známku v závislosti od teritória, v ktorom je požadovaná ochrana.

V prípade, že podnikateľský subjekt potrebuje chrániť svoje označenie len na území SR, je preň najvýhodnejšie podať prihlášku na zápis OZ do registra OZ ÚPV SR.

V prípade, že požaduje ochranu OZ v zahraničí, existujú v súčasnosti tri spôsoby registrácie (Prihlasovanie do zahraničia, 2011).

Po prvé je to možnosť podať prihlášku do krajiny alebo krajín, v ktorých má prihlasovateľ záujem získať ochranu. Podmienky registrácie, ako aj samotné konanie o prihláške ochrannej známky, sa riadia právnym poriadkom tej krajiny, v ktorej sa prihláška podáva.

Ďalšou možnosťou je podanie medzinárodnej prihlášky do viacerých krajín sveta podľa Madridskej dohody alebo Protokolu k Madridskej dohode. Medzinárodný zápis v zmluvných stranách týchto dohôd je možné získať na základe jedinej prihlášky podanej na Medzinárodnom úrade pri Svetovej organizácii duševného vlastníctva v Ženeve prostredníctvom ÚPV SR za podmienky, že prihlasovateľ má na území SR podnik alebo bydlisko, prípadne je jeho štátnym príslušníkom.

Treťou možnosťou je podať prihlášku ochrannej známky Spoločenstva, čím prihlasovateľ podaním jedinej prihlášky získava možnosť ochrany svojho označenia vo všetkých ČŠ EU. Prihlášku ochrannej známky Spoločenstva je možné podať priamo na Úrade pre harmonizáciu vnútorného trhu (ďalej len OHIM) alebo tiež prostredníctvom ÚPV SR.

4.2.1 Získanie národnej ochrannej známky platnej na území SR

Pre získanie ochrannej známky je potrebné podať na Úrad priemyselného vlastníctva Slovenskej republiky riadne vyplnenú prihlášku ochrannej známky na predpísanom tlačive, ktorú môže podať fyzická alebo právnická osoba a v prípade kolektívnej ochrannej známky tiež združenie fyzických alebo právnických osôb. Prihlášku možno podať osobne

v podateľni ÚPV SR, poštou, emailom alebo faxom, môže sa týkať len jedného označenia a v zmysle § 24 zákona o OZ musí obsahovať:

- žiadosť o zápis označenia ako ochranej známky do registra, meno, priezvisko a adresu trvalého pobytu, ak je prihlasovateľom fyzická osoba; názov, prípadne obchodné meno a sídlo, ak je prihlasovateľom právnická osoba,
- znenie alebo zreteľné a reprodukciu umožňujúce vyobrazenie prihláseného označenia, v prípade trojrozmerného označenia jeho plošné vyobrazenie,
- zoznam tovarov alebo služieb, pre ktoré má byť označenie zapísané ako ochranná známka do registra v ktorom sa tovary alebo služby uvedú v zatriedení podľa Medzinárodného triednika tovarov a služieb,
- v prípade kolektívnej ochranej známky musí prihláška obsahovať navyše písomnú zmluvu uzavretú medzi všetkými členmi združenia a zoznam členov združenia, ktorí môžu kolektívnu ochrannú známku používať,
- podpis prihlasovateľa alebo jeho zástupcu.

Podaním prihlášky vzniká prihlasovateľovi právo prednosti pred každým, kto podá neskôr prihlášku obsahujúcu zhodné alebo podobné označenie pre zhodné alebo podobné tovary alebo služby.

Konanie o prihláške ochranej známky

ÚPV SR po prijatí prihlášky vykoná najprv vykoná formálny prieskum, ktorým sa zisťuje či prihláška spĺňa všetky formálne náležitosti podľa § 24 zákona o OZ. Ak prihláška nespĺňa formálne podmienky úrad vyzve prihlasovateľa, aby dané formálne nedostatky odstránil. Ak tak prihlasovateľ v stanovenej lehote neučiní ÚPV SR konanie zastaví.

Ak je po formálnej stránke všetko v poriadku nasleduje vecný prieskum, kde úrad skúma existenciu absolútnych a relatívnych prekážok zápisu OZ do registra. V prípade, že zistí existenciu takýchto prekážok, prihlášku zamietne, musí však prihlasovateľovi umožniť, aby sa k dôvodom zamietnutia vyjadril. Ak sa dôvody na zamietnutie prihlášky podľa odseku týkajú len určitej časti tovarov alebo služieb, úrad prihlášku zamietne len pre tieto tovary alebo služby.

Ak konanie o prihláške nebolo zastavené na základe existencie zápisných prekážok, alebo ak prihláška nebola zamietnutá, úrad prihlášku zverejní vo Vestníku Úradu priemyselného vlastníctva Slovenskej republiky (ďalej len "vestník").

Až do zverejnenia OZ v registri ochranných známk môže každý podávať písomnou formou pripomienky proti zápisu prihláseného označenia do registra z dôvodu existencie absolútnych alebo relatívnych zápisných prekážok, o ktorých sa domnieva, že na nich úrad pri vecnom prieskume neprihliadol. Úrad pri rozhodovaní o zápise OZ do registra na pripomienky prihliadne a oboznámi s nimi prihlasovateľa, ktorému musí umožniť sa k nim vyjadriť.

Po zverejnení prihlášky vo vestníku môžu osoby uvedené v § 7 zákona o OZ v lehote troch mesiacov podať námietky z dôvodov kolízie s ich právami, ktoré sú uvedené v tom istom ustanovení zákona. Jedná sa napríklad o prípad, ak hrozí pravdepodobnosť zámieny zo staršou OZ, či o registráciu zhodnej alebo podobnej OZ pre iné tovary a služby, ktorá má na území Slovenskej republiky dobré meno, ak by použitie tohto označenia na tovaroch alebo službách, ktoré nie sú podobné tým, pre ktoré je staršia ochranná známka zapísaná, bez náležitého dôvodu neoprávnene ťažilo z rozlišovacej spôsobilosti alebo dobrého mena staršej ochrannej známky.

Ak námietky neboli podané riadne a včas, úrad konanie o námietkach zastaví, o čom namietateľa upovedomí. Ak úrad konanie o námietkach nezastaví, upovedomí o námietkach prihlasovateľa a vyzve ho, aby sa k nim v určenej lehote vyjadril. Ak sa prihlasovateľ k námietkam nevyjadrí v stanovenej lehote, úrad konanie o prihláške v rozsahu podaných námietok zastaví, pričom rozhodnutie o zastavení konania o prihláške úrad doručí prihlasovateľovi a namietateľovi. Na základe námietok, ku ktorým sa prihlasovateľ vyjadril, úrad preskúma či zápisu označenia do registra nebráni niektorý z uplatnených dôvodov podľa § 7. Ak úrad v konaní o námietkach zistí, že zápisu označenia do registra bráni niektorý z dôvodov uplatnených podľa § 7, prihlášku zamietne. Ak sa dôvody na zamietnutie prihlášky týkajú len určitej časti tovarov alebo služieb, úrad prihlášku zamietne len pre tieto tovary alebo služby. Ak úrad v konaní o námietkach nezistí existenciu dôvodov uplatnených podľa § 7, námietky zamietne.

V prípade, že sú splnené podmienky na zápis označenia do registra a konanie o prihláške nebolo zastavené v lehote 3 mesiacov od zverejnenia vo vestníku neboli podané námietky alebo ak sa konanie o námietkach skončilo právoplatným rozhodnutím úradu o zastavení konania alebo zamietnutí námietok, úrad označenie zapíše do registra.

Dňom zápisu do registra sa prihlasovateľ stáva majiteľom OZ o čom mu úrad vydá osvedčenie o zápise ochrannej známky do registra OZ a zápis OZ do registra úrad zverejní vo vestníku.

Platnosť zápisu ochrannej známky je 10 rokov odo dňa podania prihlášky ochrannej známky úradu. Na základe žiadosti majiteľa ochrannej známky alebo záložného veriteľa o obnovu zápisu ochrannej známky podanej najskôr v poslednom roku platnosti jej zápisu, nie však neskôr ako šesť mesiacov po uplynutí, platnosť zápisu ochrannej známky sa obnoví na ďalších 10 rokov.

Za podanie individuálnej prihlášky OZ do troch tried tovarov alebo služieb sa v súčasnosti platí správny poplatok 165,50 €, za každú triedu tovarov alebo služieb nad tri triedy 16,50 €. Za obnovu zápisu po desiatich rokoch si majiteľ individuálnej ochrannej známky do troch tried tovarov alebo služieb zaplatí 132,50 €, za každú triedu tovarov alebo služieb nad tri triedy si priplatí 16,50 € (Správne poplatky - Ochranné známky, 2011).

4.2.2 Získanie Medzinárodnej ochrannej známky

(Dibdiak, 2010) uvádza, že najjednoduchší a najrýchlejší spôsob ako získať pre ochrannú známku ochranu v zahraničí je tzv. medzinárodná ochranná známka. Členstvo v nej znamená pre prihlasovateľov viacero výhod, predovšetkým rýchle a jednoduché zápisné konanie sprostredkované národným Úradom pôvodu. Jedinou žiadosťou môže prihlasovateľ svoju ochrannú známku prihlásiť do všetkých členských krajín madridského systému, ktorých je k 1. aprílu 2010 85 (príloha č. 1).

Získanie medzinárodného zápisu ochrannej známky

(Medzinárodná ochranná známka - Madridský systém . 2011) Na uskutočnenie zápisu ochrannej známky stačí podať len jednu prihlášku ochrannej známky na úrade pôvodu len v jednom jazyku a zaplatiť len jeden poplatok namiesto podávania prihlášok na známkových úradoch každej z vyznačených krajín v rôznych jazykoch a platením rôznych poplatkov každému úradu. Majiteľ však nemôže očakávať, že úrad každej vyznačenej zmluvnej strany, v ktorej žiada o ochranu, rozhodne pozitívne o zápise medzinárodnej ochrannej známky. Ak úrad vyznačenej zmluvnej strany neoznami svoje rozhodnutie o odmietnutí v stanovenej lehote (12 alebo 18 mesiacov), ochranná známka je na jej území chránená. Po zápise medzinárodnej ochrannej známky pre určitý počet zmluvných strán má majiteľ možnosť kedykoľvek rozšíriť ochranu do ďalších zmluvných strán, a to jednoduchým, rýchlym a pomerne rentabilným procesným úkonom. Je to vyplnenie predpísaného úradného formulára a zaplatenia poplatkov za každú vyznačenú zmluvnú stranu.

Konanie o medzinárodnom zápise ochrannej známky

Žiadosť o medzinárodný zápis podáva prihlasovateľ na zápisnom úrade toho štátu, v ktorom má podnik alebo bydlisko, prípadne štátnu príslušnosť. Úrad pôvodu na základe tejto žiadosti vypracuje medzinárodnú prihlášku vo francúzskom jazyku (v určitých prípadoch aj anglickom), t. j. v jazyku komunikácie s Medzinárodným úradom Svetovej organizácie duševného vlastníctva v Ženeve, a postúpi ju tomuto úradu

(Dibdiak, 2010) poukazuje na to, že procesný postup konania pri medzinárodných ochranných známkach je odlišný od postupu konania u národných ochranných známk. Pri národných ochranných známkach po podaní prihlášky registračný úrad urobí formálny a

vecný prieskum, po ktorom nasleduje zverejnenie, aby mali tretie osoby možnosť podať námietky a až potom sa známka zapíše do registra, čím sa deklaruje, že známka je platná.

U medzinárodných ochranných známk medzinárodný úrad urobí len formálny prieskum medzinárodnej prihlášky. Po formálnom prieskume prihlášky a kontrole zatriedenia tovarov a služieb, ktoré musí vyhovovať medzinárodnej niceskej klasifikácii, Medzinárodný úrad zistené nedostatky oznámi majiteľovi ako aj národnému úradu a stanoví lehotu na ich odstránenie.

Ak medzinárodná prihláška nemá žiadne nedostatky alebo boli v lehote odstránené, Medzinárodný úrad prideli ochrannej známke číslo zápisu, zapíše ju do medzinárodného registra, zverejní zápis v medzinárodnom vestníku, zašle osvedčenie o zápise majiteľovi a tiež zašle oznámenie úradom všetkých vyznačených zmluvných strán.

Úrady jednotlivých štátov v konaní o medzinárodne zapísanej známke robia vecný prieskum, pri ktorom zisťujú, či známka spĺňa podmienky zápisu stanovené zákonodarstvom týchto štátov, pričom majú právo známku predbežne odmietnuť. Lehota na odmietnutie je podľa Madridskej dohody jeden rok, podľa Protokolu majú signatárske krajiny možnosť vybrať si buď 12-mesačnú alebo 18-mesačnú lehotu. Majiteľ môže potom pokračovať v konaní o známke na úrade, ktorý vydal odmietnutie.

Ak nebola známka odmietnutá v stanovenej ročnej lehote, je platná na území Slovenskej republiky s rovnakou účinnosťou, ako keby bola zapísaná priamo do registra ÚPV SR.

Počas platnosti známky môže majiteľ požiadať o územné rozšírenie ochrany do zmluvných štátov, kde ešte známka nebola zapísaná alebo bola definitívne odmietnutá. Môže sa naopak aj vzdať ochrany v niektorých krajinách, zúžiť zoznam tovarov a služieb, známku previesť úplne alebo čiastočne na iného majiteľa, atď.

Doba ochrany je podľa Madridskej dohody 20 rokov a podľa Protokolu 10 rokov.

Základné poplatok za registráciu OZ do troch tried tovarov alebo služieb predstavuje 653,- CHF za čiernobielu známku a 903,- CHF za farebnú známku. Doplnkový poplatok za každú triedu navyše a za dodatočné vyznačenie každej ďalšej zmluvnej strany, kde sa požaduje ochrana predstavuje 100 ,- CHF. Prihlasovateľ si ešte musí prirátat správny poplatok ÚPV SR 99,50€, za podanie žiadosti o medzinárodný zápis OZ, za žiadosť o vyznačenie ďalších krajín po zápise majiteľ OZ zaplatí 33€, v prípade žiadosti o obnovu zápisu 66€ (Sadzobník poplatkov – Madridský systém. 2011).

4.2.3 Získanie ochrannnej známky Spoločenstva

Na území Európskej únie je možné získať ochranu svojho označenia podaním prihlášky ochrannnej známky Spoločenstva. Prihláška ochrannnej známky Spoločenstva sa podáva na predpísanom tlačíve, pričom podaná môže byť (poštou, faxom, na diskete, online) priamo na Úrade pre harmonizáciu vnútorného trhu alebo tiež prostredníctvom ÚPV SR, ktorý ju do 14 dní zašle do OHIM-u. Prihlášku je možné podať v ktoromkoľvek z 23 jazykov EÚ, teda aj v slovenskom jazyku.

Konanie o prihláške ochrannnej známky Spoločenstva

Po podaní prihlášky na Úrad pre harmonizáciu vnútorného nasleduje formálny prieskum prihlášky, v rámci ktorého sa zisťuje, či sú splnené všetky formálne náležitosti, či prihlasovateľ spĺňa podmienky, aby sa stal majiteľom ochrannnej známky Spoločenstva.

Ďalším krokom je vecný prieskum prihlášky, pri ktorom sa zisťuje existencia absolútnych dôvodov na zamietnutie prihlášky, a takisto prieskum novosti prihláseného označenia. Prieskum novosti sa vykonáva v registri OHIM-u a tiež v registroch členských štátov ES. Cieľom prieskumu novosti je zistiť existenciu staršej ochrannnej známky, ktorá by mohla byť dôvodom odmietnutia zápisu prihlásenej ochrannnej známky Spoločenstva.

Výsledok prieskumu je zaslaný prihlasovateľovi, ktorý takto získa pred zverejnením svojej prihlášky informáciu o možných budúcich právnych kolíziách.

Po vecnom prieskume nasleduje zverejnenie prihláseného označenia vo vestníku ochrannnej známky spoločenstva, ktorý je zverejnený a aktualizovaný v týždňovom intervale na internetovej stránke OHIM-u. Po zverejnení môžu tretie strany v lehote troch mesiacov podávať námietky a pripomienky proti zápisu zverejneného označenia do registra OZS. V prípade, že neexistuje žiadna prekážka zápisu označenia do registra OZS prihlásené označenie sa zaregistruje.

V prípade, že prihláška OZS bola zamietnutá alebo vzatá späť, alebo ak zanikli účinky ochrannnej známky Spoločenstva, môže prihlasovateľ alebo majiteľ OZS požiadať ešte o konverziu svojej prihlášky na národnú prihlášku, pričom takáto národná prihláška má v danom ČŠ prioritné právo z pôvodnej prihlášky či ochrannnej známky Spoločenstva. O konverziu nie je možné žiadať v štáte, v ktorom bola prihláška OZS bola zamietnutá alebo vyhlásená za neplatnú. Žiadosť o konverziu sa podáva na úrade pre harmonizáciu

vnútorného trhu v lehote troch mesiacov od dátumu stanoveného v oznámení o možnosti požiadať o konverziu.

Zápisom ochranej známky Spoločenstva získava majiteľ právo na jej používanie v celej Európskej únii. Doba ochrany je 10 rokov a je možné ju predĺžiť vždy o 10 rokov.

Základný poplatok za prihlášku individuálnej OZ do troch tried tovarov alebo služieb je 1050€, v prípade elektronického podania prihlášky na internetovej stránke OHIM-u poplatok predstavuje 900€. Poplatok za každú ďalšiu triedu tovarov a služieb navyše predstavuje 150€ (Fees and Payments, 2010) .

4.3 Prípadové štúdie

Keďže hlavným cieľom tejto diplomovej práce je identifikovať praktické benefity OZ pre poľnohospodárske subjekty, najvhodnejšou metódou je podľa môjho názoru využitie prípadových štúdií. Jedná sa jednak o prípadové štúdie realizované Svetovou organizáciou duševného vlastníctva (č. 1 až 3) a taktiež o vlastnú prípadovú štúdiu (č. 4). Vybrané prípadové štúdie sú zamerané na využitie OZ v subjektoch agropotravinárskeho sektoru a ich cieľom je poukázať na praktické benefity používania OZ v konkrétnych podnikoch.

4.3.1 Prípadová štúdia 1 : Konzorcium Melinda

Štúdia Svetovej organizácie duševného vlastníctva, originál v anglickom jazyku dostupný na : <http://www.wipo.int/ipadvantage/en/details.jsp?id=908>

Úvod

Jablká sa pestujú v údolí Val di Non v provincii Trentino na severe Talianska už viac než 2000 rokov . Ich výnimočná farba , chuť a vôňa je výsledkom kombinácie nadmorskej výšky (500-1000 m.n.m.) a špecifickej mikroklími.

Kolektívna ochranná známka

Potreba chrániť označenia miestnych jablák vznikla v 80. rokoch 20. storočia, kedy si tamojší pestovatelia uvedomili, že množstvo jablák na talianskom trhu , ktoré sa ponúkajú pod označením jablká z Val di Non je najmenej trikrát väčšie ako množstvo, ktoré sa v oblasti skutočne vyprodukovalo.

Preto sa miestny producenti rozhodli vstúpiť na trh pod spoločnou značkou , ktorá by spotrebiteľom uľahčila identifikáciu jablák, ktoré skutočne pochádzajú z údolia Val di Non. Veľkou výhodou bolo, že sa jednalo prevažne o malých pestovateľov, ktorý však používali rovnaké výrobné postupy a boli združený v družstvách, ktoré disponovali modernými technológiami na balenie ovocia.

Producenti z údolia Val di Non sa dohodli na registrácii kolektívnej OZ Melinda® (z talianskych slov mela-jabĺko a linda-čistý). Ochrana kolektívnej známky sa následne prostredníctvom Madridského systému OZ rozšíria do celého sveta

Ochranná známka sa stala majetkom konzorcia Melinda, do ktorého sa združili miestne poľnohospodárske družstvá, riadenie a rozvoj družstiev však zostalo v rukách samotných producentov.

Prvým označením, ktoré si dalo konzorcium Melinda registrovať ako OZ, bola ručne navrhnutá včela. Čoskoro potom, čo ich produkt zožal na trhu veľký úspech, poverili vytvorením loga renomovanú londýnsku dizajnovú agentúru , ktorá vytvorila logo, ktoré Melinda používa dodnes.



Obrázok 2: Ochranná známka Melinda, www.wipo.org, 2011

Uvedomujúc si potrebu zvýšenia homogenity a kvality výrobkov, konzorcium sa rozhodlo, že budú produkovať výhradne jablká. Prijali kvalitatívne a estetické štandardy produktov, ktoré muselo spĺňať každé jablko uvedené na trh pod značkou Melinda.

Aby spotrebiteľom poskytli ďalšie záruky kvality, pristúpili k výrobným štandardom Asociácie producentov ovocia a zeleniny regiónu Trentino a takisto sa zaviazali k podstupovaniu pravidelných kontrol a k poradenstvu zo strany Trentinskeho úradu pre rozvoj poľnohospodárstva a Poľnohospodárskeho inštitútu San Michele'all Adig.

Obchodné výsledky

Jablká Melinda si takmer okamžite získali veľkú obľubu zákazníkov, ktorý okamžite rozpoznavali ich vysokú kvalitu a takisto ocenili starostlivosť o životné prostredie súvislosti s integrovaným produkčným procesom, ktorý používajú miestny producenti jablák. Marketingový prieskum Asociácie producentov ovocia a zeleniny regiónu Trentino ukázal, že Melinda je najznámejšou a najžiadanejšou značkou jablák v Taliansku.

V súčasnosti je konzorcium Melinda tvorené 16 družstvami, ktoré združujú viac než 5000 producentov. Konzorciu sa za roky existencie podarilo spojiť tradičné výrobné postupy s modernými marketingovými technikami, čím boli schopný s kvalitným výrobkom s výraznou identitou, povest'ou a imidžom lepšie konkurovať na domácom i zahraničnom trhu.

Ročná produkcia jablák ponúkaných pod značkou Melinda je 300 000 ton, čo predstavuje 60% produkcie jablák regiónu Trentino, 10% talianskej a 5% európskej produkcie. Obrat konzorcia v súčasnosti predstavuje približne 200 miliónov amerických dolárov ročne.

Prednedávnom v reakcii na dopyt spotrebiteľov Melinda uviedla dva nové produkty MelindaJuice – čistá jablková šťava bez prídavku vody a cukru a MelindaSnack- čo sú sušené plátky jablák odrody Golden Delicious z Val di Non.

4.3.2 Prípadová štúdia 2: Ly Ly Food Industry

Štúdia Svetovej organizácie duševného vlastníctva, originál v anglickom jazyku dostupný na : <http://www.wipo.int/ipadvantage/en/details.jsp?id=2515>

Úvod

V roku 2002 s obmedzeným kapitálom a strojom na výrobu ryžových sušienok od zahraničnej spoločnosti sa Kambodžanka pani Keo Mom rozhodla spoločne s manželom založiť malý podnik zaoberajúci sa výrobou ryžových sušienok. Pár teda začal v priestoroch svojho domu vyrábať ryžové sušienky v malom množstve, ktoré predával na trhoch v kambodžskom hlavnom meste Phnom Penh a v jeho okolí.

Značky a ochranné známky

Po konzultáciách s orgánmi štátnej správy sa pani Keo Mom rozhodla zaregistrovať obchodné meno svojej spoločnosti Ly Ly Food Industry s.r.o., ako ochrannú známku. Okrem obchodného mena si dala čoskoro zaregistrovať ako OZ aj vyobrazenie kráľíka v klobúku, ktorý predstavuje logo ktoré používa pre označenie svojich výrobkov. Okrem toho tiež investovala značné prostriedky do neustáleho zlepšovania a zvyšovania atraktivity spotrebiteľských obalov jej produktov, čo sa ukázalo ako kľúčový faktor úspechu rozvoja spoločnosti .

Keo Mom viedla svoju spoločnosť s cieľom stať sa jedným z najznámejších domácich producentov potravín a získať povest' značky, ktorú i zákazníci budú spájať so zdravým a chutným jedlom. Jej cieľ sa postupne stal realitou, pričom sa jej podarilo dosiahnuť obrovských podnikateľských úspechov, za ktoré vďačila predovšetkým značke Ly Ly a atraktívnemu baleniu svojich výrobkov (pre zaujímavosť: spoločnosť Ly Ly ako prvý domáci výrobca v Kambodži použil pre svojej potravinárske produkty plastové obaly).



Obrázok 3: Ochranná známka Ly Ly food company, www.wipo.org, 2011

Manažment duševného vlastníctva

Pani Keo Mom sa zúčastnila rôznych seminárov a workshopov týkajúcich sa priemyselného vlastníctva a ďalších problém úzko spätých s rozvojom malého a stredného podnikania. Na základe poznatkov, ktoré získala sa rozhodla vypracovať stratégiu duševného vlastníctva, ktorá v jej podnikaní dodnes zohráva významnú úlohu.

V rámci tejto stratégie duševného vlastníctva si stanovila nasledujúce ciele:

- navrhnuť pre svoje produkty viacej obrázkov, živších farieb a atraktívnych obalov,
- zabezpečiť ochranu svojho duševného vlastníctva registráciou ochranných známok a dizajnov,
- získať dôveru spotrebiteľov v ochranné známky, ktoré splňajú národné štandardy kvality,
- vybudovať povedomie o spoločnosti a jej značkách účasťou na národných výstavách a iných propagačných akciách
- zlepšiť kvalitu produktov
- zabezpečiť efektívne služby pre veľkoobchodníkov a maloobchodníkov,
- pravidelne propagovať spoločnosť a jej značky.

Táto stratégia zohrala pri zvyšovaní konkurencieschopnosti výrobkov spoločnosti významnú úlohu. Pani Keo Mom zistila, že registrácia a propagácia sú účinné prostriedky pre zvyšovanie hodnoty spoločnosti na konkurenčných trhoch. Silná ochrana poskytuje pre

spoločnosti viac obchodných príležitostí, ktoré vedú k získaniu väčšieho kapitálu a k zvýšeniu produkcie a ziskov.

Komercializácia

Aby spoločnosť mohla konkurovať najmä zahraničným dovozcom svoju produkciu umiestňuje do všetkých druhov obchodov v celej Kambodži od obchodíkov vo vidieckych oblastiach až po veľké nákupné centrá v hlavnom meste.

Dôležité z pohľadu konkurencieschopnosti bolo dôležité zabezpečiť stabilnú kvalitu produktov definovaním kvalitatívnych štandardov, ktoré kladú dôraz na kvalitu, bezpečnosť, prospešnosť pre zdravie a atraktívne balenie. V snahe prispieť k zlepšeniu výživy matiek a detí v Kambodži firma vytvorila radu výrobkov obohatených vitamínmi.

Obchodné výsledky

Ly Ly Food Industry v súčasnosti vyrába ryžové sušienky v desiatich príchuťach, ktoré sa predávajú v mestách aj v odľahlých vidieckych oblastiach v celej Kambodži. Spoločnosť rozšírila svoju výrobu, nakúpila nové stroje, zaviedla použitie nových marketingových techník a reklamných mechanizmov.

Firma v súčasnosti zamestnáva takmer 100 zamestnancov a jej ročné tržby dosahujú úroveň 1,5 miliónov amerických . Spoločnosť sa pričínila o rozvoj malého a stredného podnikania v Kambodži a vytvorila pracovné miesta pre chudobných a znevýhodnených obyvateľov vo vidieckych oblastiach.

4.3.3 Prípadová štúdia č. 3 Egyptian cotton

Štúdia Svetovej organizácie duševného vlastníctva, originál v anglickom jazyku dostupný na : <http://www.wipo.int/ipadvantage/en/details.jsp?id=2645>

Úvod

Celoročne mierna egyptská klíma vytvára ideálne podmienky pre produkciu bavlny špičkovej kvality. Spomedzi rôznych odrôd pestovaných v Egypte je najkvalitnejšia a najznámejšia Barbadorská bavlna zbieraná ručne , vychýrená pre svoje dlhé vlákna a tenkú priadzu.

S komerčným pestovaním bavlny sa v Egypte začalo v 18. storočí počas režimu Mohameda AlihoPashu , kedy sa táto komodita draho vyvážala do Francúzska. Vysoká kvalita bavlny onedlho pritiahla záujem obchodníkov z celého sveta, čo spôsobilo prudký rozvoj tohto odvetvia a počiatok veľkoprodukcie bavlny v Egypte .

I keď hodnota a unikátnosť egyptskej bavlny boli uznávané už dávno, až do 20. storočia neexistoval žiaden oficiálny systém kontroly kvality . Preto egyptská vláda v roku 1926 zaviedla konkrétne opatrenia pre zachovanie kvality bavlny a stanovila prísnu kontrolu osiva, aby zamedzila miešaniu kvalitného osiva s menej kvalitnými semenami.

V roku 1932 vtedy egyptskí obchodníci s bavlnou založili Asociáciu alexandrijských exportérov bavlny (Alexandria CottonExportersAssociation-ALCOTEXA), ktorá pôsobí ako nezisková organizácia, ktorej cieľom je podporovať obchod s bavlnou a slúžiť ako fórum pre vývozcov, dovozcov, pradiarov a ďalšie zainteresované strany . ALCOTEXA udržuje blízku spoluprácu s egyptskou vládou a je poverená zabezpečením registrácie všetkých exportných operácií z egyptskou bavlnou.

Ochranné známky

V roku 2001 egyptské ministerstvo hospodárstva a zahraničného obchodu spoločne s neziskovou organizáciou ALCOTEXA, s cieľom propagácie a zvýšenia vývozu produktov z egyptskej bavlny dali navrhnúť logo skladajúce sa z obrazových prvkov (kvet bavlny) a slov „Egyptská bavlna“ („Egyptiancotton“) a dali si ho zaregistrovať ako medzinárodnú ochrannú známku. V rámci madridského systému..



Obrázok 4: Ochranná známka Egyptian cotton, www.wipo.org, 2011

Logo si takisto nechali zaregistrovať v Spojených štátoch ako certifikačnú značku, ktorá sa vzťahuje na všetky výrobky z bavlny vyrobené úplne alebo čiastočne z egyptskej bavlny. Znáмка môže byť použitá iba oprávnenými osobami a má garantovať že výrobky obsahujú 100% egyptskej barbadorskej bavlny“. Podobné známky si zaregistrovali aj v niektorých európskych krajinách ako je Dánsko, či Veľká Británia

Použitie a ochrana loga v kombinácii s propagačnými aktivitami boli súčasťou stratégie budovania značky , ktorej cieľom bolo zvýšiť spotrebiteľské povedomie o vysokej kvalite a špecifických vlastnostiach egyptskej bavlny, ktoré ju odlišujú od bavlny pestovanej v inde , ktorým je úmerná aj vyššia cena.

Výskum vývoj

Čeliac výzvam výrobcov zo Spojených štátov, Číny, Indie a ostatných krajín , egyptská vláda bola s hľadiska zachovania konkurencieschopnosti barbadorskej bavlny na svetovom trhu nútená zvýšiť úsilie podporiť o vývoj nových odrôd bavlny ,s vyššou kvalitou a väčšími výnosmi.

Hlavnou inštitúciou, ktorá sa v Egypte zaoberá výskumom bavlny je Organizácia pre posudzovanie a testovanie bavlny (TheCottonArbitration and TestingOrganisation - CATGO), ktorá funguje pri egyptskom ministerstve priemyslu a obchodu .

Zaoberá sa napríklad vývojom nízkonákladových odrôd bavlny , ktoré sú kompromisom medzi kvalitou a veľkými výnosmi. CATGO tiež zabezpečuje monitorovanie a testovanie bavlny a produktov z nej a vydávanie certifikátov pre používanie certifikačnej známky Egyptiancotton

Partnerstvo spolupráca a licencia

Používať známku Egyptian cotton možno len na základe licencie udelenej egyptskou vládou v presne stanovenom rozsahu, pričom produkty ňou označené musia garantovať kvalitu a prvotriednosť výrobkov vyrobených zo 100%-nej Egyptskej barbadorskej bavlny.

Krátky čas po tom ako vláda začala udeľovať licencie podarilo sa ministerstvu hospodárstva a zahraničného obchodu a asociácii ALCOTEXA uzavrieť licenčnú zmluvu s dvoma poprednými textilnými spoločnosťami v Spojených štátoch, čím sa im podarilo umiestniť na severoamerický trh veľký podiel svojej produkcie.

Obchodné výsledky

Keďže pestovanie bavlny v je Egypte významne závislé na ľudskej práci má veľké dopady na vývoj zamestnanosti v krajine. Bavlna predstavuje pre Egypt jenu z kľúčových poľnohospodárskych vývozných komodít, ktorá prináša pre krajinu značné príjmy.

Avšak, vývoz bavlny bol v posledných rokoch vystavený zložitým situáciám na svetových trhoch vzhľadom na ostrú konkurenciu zo zahraničia, dotácie na pestovanie bavlny v iných krajinách a globálnu finančnú krízu. Napriek obmedzeniam si Egyptská bavlna udržala popredné miesto na svetovom trhu bavlny vďaka svojej unikátnej a prvotriednej kvalite, ktorú zákazníci ľahko spoznajú podľa chráneného mena a loga. Úspech značky Egyptská bavlna odzrkadľuje objem exportu , ktorý vo fiškálnom roku 2008-09 dosiahol úroveň 80 000 ton, čo výrazne prevýšilo očakávanie Asociácie alexandrijských exportérov bavlny a egyptskej vlády.

4.3.4 Prípadová štúdia 4 : Milk-Agro s.r.o.

Úvod

(Profil: Milk-Agro, 2010) Spoločnosť MILK - AGRO, spol. s.r.o. pôsobí v metropole šarišského regiónu Slovenska, v meste Prešov, ktoré je známe čulým obchodným ruchom už od 14. storočia. Firma začala svoju činnosť na pôde Prešovských mliekarní v decembri roku 1991 . Pôvodné výrobné zameranie mliekarní však výrazne obohatila zmodernizovaním a skvalitnením technológie spracovania mlieka a rozšírením sortimentu vyrábaných mliečnych výrobkov, čím vytvorila a naďalej vytvára vhodnú východiskovú základňu pre podporu maloobchodnej a veľkoobchodnej činnosti, ktorou sa firma MILK - AGRO, spol. s.r.o. výrazne etablovala na potravinárskom trhu Slovenskej republiky. V oblasti mliekarenskej výroby, predovšetkým vo výrobe kyslomliečnych výrobkov, špeciálne jogurtov, vo výrobe tvarohu a smotán sa firma vyprofilovala na významného slovenského producenta týchto výrobkov. V poslednom období dynamicky rozširuje svoju činnosť o produkciu čerstvých a zrejúcich syrov. Nedeliteľnou súčasťou výrobných činností je spracovanie mlieka na sušené mliečne výrobky a výroba masla.

Ochranné známky

Spoločnosť Milk-Agro s.r.o. je v súčasnosti majiteľom niekoľkých ochranných známok. Okrem svojho obchodného mena a loga Milk-Agro, firma má zaregistrovanú aj OZ SABI pod ktorou ponúka všetky svoje mliečne výrobky (príloha č. 2).

Nakoľko pre spoločnosť je kľúčový slovenský trh a podiel produkcie pre zahraničné trhy predstavuje len veľmi malú časť výroby, ochranné známky si nechala registrovať ako národné ochranné známky platnú na území Slovenskej republiky.

Prvou OZ, ktorú si spoločnosť nechala v roku 1994 zaregistrovať, bola slovná ochranná známka, SABI pre triedy 29(mlieko, mliečne výrobky) a 39 (balenie potravín). Po zániku OZ, spoločnosť podala prihlášku na zápis kombinovanej OZ SABI, reprezentovanej logotypom pozostávajúcim z grafickej časti (ovál a štvorlístok) a časti typografickej (SABI). Zapísaná do registra OZ bola v roku 2008 a jej platnosť končí v roku 2017.



Obrázok 5: Ochranná známka SABI, www.milkagro.sk, 2011

V roku 1999 spoločnosť podala prihlášku o zápis kombinovanej OZ Milk-Agro vzťahujúcej sa na triedy 29(mlieko, mliečne výrobky) a 32(Stolové vody, nápoje nealkoholické a srvátkové). Známka bola do registra zapísaná v roku 2002, pričom po skončení platnosti OZ firma podala žiadosť o obnovu zápisu OZ, ktorému bolo vyhovené, čím OZ získala ochranu až do roku 2019.



Obrázok 6: Ochranná známka MILK-AGRO, www.milkagro.sk, 2011

Spoločnosť má okrem týchto známk registrovanú OZ mlieko sabi a pokúšala sa aj o zápis OZ jogurtové kefírové acidofilné mlieko sabi a sabi mlieko, ktoré však neboli spôsobilé na zápis do registra OZ a preto ich zápis bol zamietnutý

Význam ochranných známk pre spoločnosť:

Úspech spoločnosti je úzko spätý z pozitívnym imidžom a povedomím spotrebiteľov o značkách MILK – AGRO a SABI, ktoré sa firme podarilo za roky existencie vybudovať.

Spoločnosť MILK – AGRO je dnes relevantnou časťou zákazníkov vnímaná ako tradičný, slovenský výrobca a distribútor potravinárskych výrobkov ,ktorý neustále vylepšuje kvalitu svojich produktov a služieb a snaží sa čo najviac vyhovieť svojim zákazníkom.

Mliečne výrobky SA BI majú zas imidž naturálnych, zdravých, chutných slovenských výrobkov.

Takéto pozitívne vnímanie a dôvera zákazníkov je pre spoločnosť kľúčovým faktorom konkurencieschopnosti, ktorý umožňuje spoločnosti nielenže odolávať silnejším subjektom na trhu, ale dokonca dynamicky a stabilne zlepšovať svoju trhovú pozíciu.

Za vynikajúcim imidžom a podnikateľskými úspechmi však treba vidieť obrovské množstvo úsilia a finančných prostriedkov, ktoré firma vynaložila, aby sa jej takéto výsledky podarilo dosiahnuť.

Dobré meno spoločnosti nepochybne buduje na pevných základoch kvalitných produktov a služieb, ktoré sa neustále snaží zlepšovať. Aby spoločnosť MILK – AGRO mohla vyrábať kvalitné produkty musela investovať značné prostriedky do modernizácie technológií, vývoja receptúr a technologických postupov, či zavádzania systému riadenia kvality. Z tohto pohľadu má OZ pre spoločnosť obrovský význam, keďže ochrana receptúr a výrobných postupov je v potravinárskej brandži dosť problematická. Patentovanie receptúry vyžaduje zverejnenie výrobného postupu, čo znamená že takéto receptúry sa dostane do rúk konkurencie, ktorá môže ľahko obísť patentovú ochranu prostredníctvom malej modifikácie výrobného postupu, a takto vyrábať produkt veľmi blízky tomu na ktorého vývoj určitá spoločnosť vynaložila nemalé prostriedky. Najlepším riešením tohto problému sa zatiaľ javí utajovanie receptúr v kombinácii z registrovanou ochrannou známkou, ktorá jasne odlišuje určitý produkt od produktov konkurenčných.

Ďalšia funkcia ochranných známk spoločnosti MILK – AGRO spočíva v ochrane investícií do marketingu, ktoré boli a sú nevyhnutné pre vydobytie, udržovanie a zlepšovanie trhovej pozície.

Spoločnosť v rámci svojich marketingových aktivít investovala napríklad do profesionálneho návrhu jednotnej vizuálnej identity, atraktívnych spotrebiteľských balení, či web stránky. Ďalej tiež pravidelne vynakladá financie na propagáciu prostredníctvom printových médií, rozhlasových spotov, billboardových kampaní a akciových letákov. Okrem toho nezabúda ani na budovanie dobrých vzťahov z verejnosťou, prostredníctvom usporadúvania rôznych súťaží, podpory škôl, či rôznych kultúrnych podujatí.

V prípade, že by označenia MILK – AGRO a SABI neboli registrované ako OZ mohli by tieto investície vyjsť veľmi ľahko na zmar, keďže je viac než pravdepodobné, že by sa našiel subjekt, ktorý by sa snažil ťažiť na dobrom mene spoločnosti a používať

rovnaké alebo podobné označenia pre svoje produkty, či predajne a takto spoločnosti spôsobiť obrovské škody.

Ďalším benefitom, ktorý firme prináša používanie registrovaných OZ je možnosť licencovania používania OZ. Takýmto spôsobom sa spoločnosti MILK – AGRO podarilo rozšíriť svoju maloobchodnú sieť o 40 autorizovaných predajní (Profil: Milk-Agro, 2010).

Obchodné výsledky:

Za dvadsať rokov existencie sa firme podarilo značne vyrásť. Zo zastaraného výrobného závodu je dnes silná stabilná spoločnosť vyrábajúca široký sortiment vysoko kvalitných mliečnych výrobkov, ktoré už získali mnohé ocenenia. Okrem výrobných aktivít, ktoré sa sústreďujú vo výrobnom závode v Sabinove sa spoločnosti podarilo vybudovať aj vlastnú distribučnú sieť, ktorú v súčasnosti tvorí 5 veľkoobchodných predajní, 170 vlastných a 40 autorizovaných maloobchodných predajní potravín. Mliečne výrobky SABI sú distribuované tiež prostredníctvom maloobchodných sietí Hypernova, Carrefour, Koruna, Nitrazdroj a ďalších (Profil: Milk-Agro, 2010).

Podľa Slovenskej agentúry pre rozvoj investícií a obchodu, spoločnosť Milk-Agro s.r.o. bola v roku 2010 s 1100 zamestnancami celkovo štvrtým najväčším zamestnávateľom v Prešovskom kraji (Slovenská agentúra pre rozvoj investícií obchodu, 2011).

Spoločnosť je držiteľom certifikátu kvality podľa normy ISO 9000:2001, a jej výrobkom sa podarilo získať celý rad ocenení. Šesť výrobkov z produkcie spoločnosti získalo právo používať označenie Značka kvality SK (Ocenenia: Milk-Agro, 2010).

5. Záver

Na základe primárneho cieľa, ktorým je identifikácia praktických benefitov využitia OZ pre podnikanie vybraných agropotravinárskych subjektov a parciálnych cieľov som dospel k nasledujúcim zisteniam.

Základom právnej regulácie problematiky OZ na Slovensku je zákon č. 506/2009 Z.z o ochranných známkach , ktorý upravuje práva a povinnosti súvisiace s právnou ochranou národných ochranných známk platných na území SR a konania vo veciach ochranných známk pred Úradom priemyselného vlastníctva Slovenskej republiky.

V zmysle tohto zákona je ochranná známka chápaná ako graficky znázorniteľné označenie spôsobilé rozlíšiť rovnaké alebo podobné tovary a služby pochádzajúce od rozdielnych producentov, ktoré spĺňa všetky požiadavky zápisnej spôsobilosti a je zapísané do registra OZ. Na rozdiel od neregistrovaného označenia, OZ požíva špeciálnu právnú ochranu, ktorá je vymedzená predovšetkým zákonom o OZ, ako aj ďalšími právnymi normami.

Základnou funkciou ochrannej známky je ochrana používania označení rozlišujúcich rovnaké alebo podobné tovary a služby pochádzajúce od rôznych producentov, ktorá spočíva vo výhradnom práve vlastníka OZ ju používať na označenie svojich produktov a zakázať jej používanie iným subjektom. V prípade porušenia týchto práv sa majiteľ OZ môže súdnou cestou domáhať zákazu ohrozovania alebo narušovania jeho práv vyplývajúcich z OZ a môže od porušovateľa žiadať náhradu vzniknutej škody či vydanie bezdôvodného obohatenia .

V súčasnosti je v podmienkach SR možné označenie registrovať ako OZ viacerými spôsobmi v závislosti od teritória v ktorom žiadateľ požaduje ochranu. Pre subjekty, ktoré pôsobia výhradne na slovenskom trhu a do budúcnosti neplánujú expanziu na zahraničné trhy je najlepšou variantom registrácia národnej OZ, ktorá poskytuje ochranu na území Slovenskej republiky. O zaregistrovanie sa žiada na Úrade priemyselného vlastníctva so sídlom v Banskej Bystrici podaním prihlášky a zaplatením správneho poplatku. S pohľadom nákladov na registráciu národná známka v porovnaní ostatnými spôsobmi predstavuje výrazne lacnejšiu alternatívu.

Ak však subjekt pôsobí alebo plánuje expandovať na zahraničné trhy, vyvstáva pre neho aj potreba ochrany označení na týchto trhoch. V tomto prípade je k dispozícii viacero možností. Jednak je to registrácia prostredníctvom známkového úradu v krajine v ktorej požaduje ochranu, veľmi výhodnou možnosťou je tiež registrácia medzinárodnej ochrannej

známky v rámci Madridského systému, ktorý umožňuje podaním jednej prihlášky registrovať OZ vo viac ako osemdesiatich krajinách. Prihláška sa podáva tiež podáva ÚPV SR, ktorý ju postúpi Medzinárodnému úradu Svetovej organizácie so sídlom v Ženeve. Registračné poplatky sú v tomto prípade omnoho vyššie a do značnej miery závisia od počtu krajín, v ktorých sa žiada registrácia. Poslednou možnosťou je registrácia OZ Spoločenstva, ktorá poskytuje ochranu vo všetkých ČŠ EÚ. Prihláška sa podáva na ÚPV SR alebo priamo na Úrade pre harmonizáciu vnútorného trhu so sídlom v Alicante. S finančného hľadiska je táto možnosť porovnateľná s medzinárodnou OZ.

Ochranná známka zohráva pre podniky veľmi dôležitú úlohu. Jej význam, okrem už spomínanej rozlišovacej funkcie, spočíva vo viacerých dimenziách. OZ jednak predstavuje nástroj ochrany investícií do marketingu, vývoja a inovácií, prispieva k definovaniu imidžu a reputácii výrobkov firmy v očiach spotrebiteľov, ktorí častokrát spájajú OZ s kvalitou, či akosťou výrobku za ktorý sú si ochotný priplatiť. Pozitívne vnímanie a dôvera k OZ sú jedny z najvýznamnejších konkurenčných faktorov, ktoré podnikom umožňujú udržiavať a zlepšovať si pozíciu na konkurenčných trhoch. Ochranná známka zvyšuje tiež hodnotu nehmotného majetku, uľahčuje zavádzanie nových výrobkov, zvyšuje obrat aj čistý zisk spoločností. Okrem toho OZ môže byť aj predmetom licencie, a teda zdrojom zisku z poplatkov, takisto sú dôležitým prvkom franšízy a v neposlednom rade môžu byť užitočné pre získavanie financií, keďže OZ môžu byť predmetom záložného práva.

Tieto tvrdenia podporujú aj výsledky prípadových štúdií, ktoré jasne poukazujú na pozitívny vzťah silnej, registrovanej OZ a úspechom spoločnosti na trhu.

Z prípadovej štúdie č. 1 vyplynulo, že registrácia kolektívnej OZ umožnila producentom jabĺk z údolia Val di Non spoločne ponúkať svoje produkty na trhu, zlepšiť povedomie o značke, odlíšiť sa od konkurencie, pričom sa im súčasne podarilo profitovať z dôvery spotrebiteľov v značku Melinda. Združovanie zdrojov a spolupráca jednotlivých družstiev im pomohlo prekonať problémy spojené s veľkosťou a izoláciou na trhu a stať sa najznámejšou a najžiadanejšou značkou jabĺk na talianskom trhu.

Pani Keo Mom zakladateľka spoločnosti Ly Ly Food Industry zas zistila, že registrácia a propagácia sú účinné prostriedky pre zvyšovanie hodnoty spoločnosti na konkurenčných trhoch. Silná ochrana poskytuje pre spoločnosti viac obchodných príležitostí, ktoré vedú k získaniu väčšieho kapitálu a k zvýšeniu produkcie a ziskov.

V prípade OZ Egyptian cotton, použitie a ochrana loga v kombinácii s propagačnými aktivitami boli súčasťou stratégie budovania značky, ktorej cieľom bolo zvýšiť spotrebiteľské povedomie o vysokej kvalite a špecifických vlastnostiach egyptskej bavlny, ktoré ju odlišujú od bavlny pestovanej v inde , ktorým je úmerná aj vyššia cena. Ochrana mena, loga a doplnková licenčná schéma Egyptskej bavlny zavedená vládou vydláždila cestu k pozitívnej budúcnosti Egyptskej bavlny.

Slovenská spoločnosť Milk-Agro vidí význam OZ v ochrane investícií do budovania povedomia a imidžu firmy a jej produktov. Dôvera zákazníkov a povedomie o jej značkách pre spoločnosť predstavuje kľúčový faktor konkurencieschopnosti, ktorý spoločnosti umožňuje zvyšovať podiel na trhu a konkurovať oveľa silnejším zahraničným súťažiteľom. Známe a pozitívne vnímané ochranné známky firma využíva na rozširovanie svojej maloobchodnej siete o autorizované predajne.

Všetky štyri prípadové štúdie tiež poukázali na to, že budovanie reputácie ochrannej známky preukázateľne stimuluje zvyšovanie kvality produktov a služieb, ktoré podnikateľské subjekty ponúkajú.

6. POUŽITÁ LITERATÚRA

1. **BACHRATÝ, Ján. 2010.** Nový zákon o ochranných známkach.. In *Duševné vlastníctvo* [online], 2010, roč. XIV, č. 1, s. 16 [cit. : 5. september 2010]. Dostupné na:
<http://www.indprop.gov.sk/swift_data/source/pdf/casopis_dusevne_vlastnictvo/DV_1_2010.pdf>.
2. ***Cotton from the Land of the Pharaos. 2010.*** [online] WIPO, aktualizované 2010. [cit. : 2. marec 2011]. Dostupné na: <<http://www.wipo.int/ipadvantage/en/details.jsp?id=2645>>.
3. **DIBDIAK, Ľubomír. 2010.** Madridský systém-medzinárodná ochranná známka. In *Zborník z konferencie Duševné vlastníctvo na Slovensku X*. Banská Bystrica : ÚPV SR, 2010. ISBN 978-80-88994-65-7.
4. ***Fees and Payments. 2010.*** [online] Alicante: OHIM , aktualizované 2010. [cit. : 20. september 2010]. Dostupné na: <http://www.wipo.int/treaties/en/classification/nice/summary_nice.html>.
5. **FRITZ, Martin. 2010.** Praktické skúsenosti z oblasti právnej ochrany značky adidas v Slovenskej republike. Banská Bystrica : ÚPV SR, 2010. Duševné vlastníctvo na Slovensku X-zborník z konferencie. ISBN 978-80-88994-65-7.
6. **GRBALOVÁ , Eva. 2010.** Ochrana práv na označenie-rigorózna práca . Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, 2010.
7. **GROLICH, Jan. 2009.** Nejnovější tendence judikatury Evropského soudního dvora v oblasti ochranných známek : diplomová práca . Brno : Masarykova univerzita v Brne, 2009.
8. **HAJNALOVÁ, Zdena. 2010.** Ochranné známky(druhy označení zákon o OZ). In *Zborník z konferencie Duševné vlastníctvo na Slovensku X*. Banská Bystrica : ÚPV SR, 2010. ISBN 978-80-88994-65-7.
9. **HESKOVÁ, Marie. 2008.** Brand management – Značka jako nehmotné aktivum. [Online] 2008. [Dátum: 2. február 2011.] Dostupné na : <http://new.skoda-auto.com/SiteCollectionDocuments/SAVS/Working_papers/WP_2008_01_cz.pdf. ISSN 1802-2723. >.
10. **HORÁČEK, Roman. 2004.** Nová právní úprava ochranných známek a elektronická media : dizertačná práca. Brno : Masarykova univerzita v Brne, 2004.
11. ***Informácie pre prihlasovateľ'a. 2011.*** [online] Banská Bystrica : ÚPV, aktualizované 2011. [cit. : 4. február 2011]. Dostupné na: <<http://www.upv.sk/?ochranne-znamky-informacia-pre-prihlasovateľa>>.

-
12. **IP Strategy Fueling Entrepreneurial Success. 2010.** [online] WIPO, aktualizované 2010. [cit.: 2. marec 2011]. Dostupné na: <<http://www.wipo.int/ipadvantage/en/details.jsp?id=2515>>.
 13. **JAKL, Ladislav ,et all. 1997.** *Ochranné známky a označení pôvodu*. Praha : Úrad průmyslového vlastníctví, 1997. ISBN 80-85 100-69-X.
 14. **KRIŽAN, Martin. 2007.** *Ochranná známka, obchodné meno a ich spoločné a rozdielne*. [online] 2007. [cit. 5. september 2010]. Dostupné na : <<http://semafor.euke.sk/zbornik2007/pdf/krizan2.pdf> >.
 15. **LALÍKOVÁ, Lucia. 2010.** *Ochranné známky-ochrana na národnej a medzinárodnej úrovni*. [online] 2010. [cit. 20. August 2010]. Dostupné na: <http://www.nadsme.sk/files/Ochranne_znamky_Transfer_2010.pdf>.
 16. **Legislatíva – Ochranné známky. 2011.** [online] Banská Bystrica : ÚPV, aktualizované 2011. [cit. : 4. február 2011]. Dostupné na: < <http://www.upv.sk/?legislativa-ochranne-znamky>>.
 17. **Logotypy: Milk-Agro. 2010.** [online] Prešov : Milk-Agro, aktualizované 2010. [cit: 15. marec 2011]. Dostupné na: < <http://www2.milkagro.sk/index.php?page=194> >.
 18. **MALÝ, Josef. 2002.** *Obchod nehmotnými statky* . Praha : C.H. Beck, 2002. ISBN 80-7179-320-5.
 19. **Medzinárodná ochranná známka - Madridský systém . 2011.** [online] Banská Bystrica : ÚPV, aktualizované 2011. [cit. : 4. február 2011]. Dostupné na: < <http://www.upv.sk/?medzinarodna-ochrana-znamka-madridsky-system>>.
 20. **Melinda: The First Italian Designer Apple. 2010.** [online] WIPO, aktualizované 2010. [cit.: 3. marec 2011]. Dostupné na: <<http://www.wipo.int/ipadvantage/en/details.jsp?id=908>>.
 21. Nariadenie Rady (ES) č. 207/2009 z 26. februára 2009 o ochrannej známke Spoločenstva
 22. **Národný program podpory poľnohospodárskych produktov a potravín „ZNAČKA KVALITY SK. 2011.** [online] Nitra : Agroinštitút Nitra š. p. , aktualizované 2011. [cit. : 20. marec 2011]. Dostupné na: < <http://www.znackakvality.sk/index.php?pl=17> >.
 23. **NYTRA, Aleš. 2007.** *Ochranné známky a nekalá súťaž: diplomová práca* . Brno : Masarykova univerzita v Brne, 2007.
 24. **Ocenenia: Milk-Agro. 2010.** [online] Prešov : Milk-Agro, aktualizované 2010. [cit: 15. marec 2011]. Dostupné na: < <http://www2.milkagro.sk/ocenenia>>.
-

-
25. **Označenia, ktoré môžu tvoriť ochrannú známku. 2011.** [online] Banská Bystrica : ÚPV, aktualizované 2011. [cit. : 4. február 2011]. Dostupné na: <
<http://www.upv.sk/?co-je-ochranna-znamka>>.
 26. Oznámenie Ministerstva zahraničných vecí Slovenskej republiky č. 215/1998 Z. z. o Dohovore o práve ochrannej známky
 27. Oznámenie Ministerstva zahraničných vecí Slovenskej republiky č. 90/2010 Z. z. o Singapurskom dohovore o práve ochrannej známky
 28. Oznámenie Ministerstva zahraničných vecí Slovenskej republiky č. 152/2000 Z.z. o Dohode o obchodných aspektoch práv duševného vlastníctva
 29. **Prihlasovanie do zahraničia. 2011.** [online] Banská Bystrica : ÚPV, aktualizované 2011. [cit. : 4. február 2011]. Dostupné na: <
<http://www.upv.sk/?ochranne-znamky-prihlasovanie-do-zahranicia>>.
 30. **Profil: Milk-Agro. 2010.** [online] Prešov : Milk-Agro, aktualizované 2010. [cit: 15. marec 2011]. Dostupné na: <
<http://www2.milkagro.sk/index.php?page=7>>.
 31. **Sadzobník poplatkov – Madridský systém. 2011.** [online] Banská Bystrica : ÚPV, aktualizované 2011. [cit. : 2. február 2011]. Dostupné na: <
<http://www.upv.sk/?ochranne-znamky-sadzobnik-poplatkov-madridsky-system>>.
 32. **Slovenská agentúra pre rozvoj investícií obchodu. 2011.** Prešovský Kraj. [Online] 2011. [Dátum: 17. marec 2011.]
<http://www.sario.sk/userfiles/file/sario/pzi/regiony/presov/presovsky_kraj.pdf>.
 33. Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2008/95/ES z 22. októbra 2008 o aproximácii právnych predpisov členských štátov v oblasti ochranných známk
 34. **Správne poplatky - Ochranné známky. 2011.** [online] Banská Bystrica : ÚPV, aktualizované 2011. [cit. : 2. február 2011]. Dostupné na: <
<http://www.upv.sk/?ochranne-znamky-spravne-poplatky>>.
 35. **Summary of the Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks (1891) and the Protocol Relating to that Agreement (1989). 2010.** [online] Ženeva: WIPO , aktualizované 2010. [cit. : 4. september 2010]. Dostupné na: <
http://www.wipo.int/treaties/en/registration/madrid/summary_madrid.html>.

-
36. *Summary of the Nice Agreement Concerning the International Classification of Goods and Services for the Purposes of the Registration of Marks 2010*. [online] Ženeva: WIPO , aktualizované 2010. [cit. : 4. september 2010]. Dostupné na: <http://www.wipo.int/treaties/en/classification/nice/summary_nice.html>.
37. *Summary of the Paris Convention for the Protection of Industrial Property. 2010* [online] Ženeva: WIPO , aktualizované 2010. [cit. : 4. september 2010]. Dostupné na: <http://www.wipo.int/treaties/en/ip/paris/summary_paris.html>.
38. *Summary of the Singapore Treaty on the Law of Trademarks. 2010* [online] Ženeva: WIPO , aktualizované 2010. [cit. : 4. september 2010]. Dostupné na: <http://www.wipo.int/treaties/en/ip/singapore/summary_singapore.html>.
39. *Summary of the Trademark Law Treaty. 2010* [online] Ženeva: WIPO , aktualizované 2010. [cit. : 4. september 2010]. Dostupné na: <http://www.wipo.int/treaties/en/ip/tlt/summary_tlt.html>.
40. ŠOGANIČOVÁ, Lenka a DOKTOR, Ladislav. 2010. Boj medzi firmami sa vedie o značky. *marketer.sk*. [Online] [Dátum: 6. február 2011.] Dostupné na : <<http://marketer.hnonline.sk/c1-31960190-boj-medzi-firmami-sa-vedie-o-znacky>>.
41. ŠOGANIČOVÁ, Lenka a DOKTOR, Ladislav. 2010. Ochranná známka je zárukou jedinečnosti. *marketer.sk*. [Online] [Dátum: 6. Február 2011.] Dostupné na : <<file:///D:/literatura%20DP/Ochrann%C3%A1%20zn%C3%A1mka%20je%20z%C3%A1ru>>.
42. ŠVIDROŇ, Ján. 2000. *Základy práva duševného vlastníctva*. Bratislava : Juga, 2000. ISBN 80-85506-93-9.
43. ÚPV SR. 2010. Predpisy priemyselnoprávnej ochrany Slovenskej republiky, 4.vydnie. [online] [cit: 3. august 2010]. Dostupné na : Dostupné na : <http://www.indprop.gov.sk/swift_data/source/dokumenty_na_stiahnutie/PPO_4_vydanie_2010.pdf>. ISBN 978-80-88994-66-4>.
44. Vyhláška č. 118/1979 Zb., v znení vyhl. č. 77/1985 Zb. o Niceskej dohode o medzinárodnom triedení výrobkov a služieb na účely zápisu známk
45. Vyhláška č. 64/1975 Zb., v znení vyhl. č. 81/1986 Zb. ministra zahraničných vecí z 13. januára 1975 o Parížskom dohovore na ochranu priemyslového vlastníctva
46. WIPO. 2003. *Vytvorme si ochrannú známku*. [online]. 2005 [cit. 5. september 2010]. Dostupné na : <http://www.indprop.gov.sk/swift_data/source/dokumenty_na_stiahnutie/informacne_brozury_letaky/brozura_znamka.pdf>. ISBN 92-805-1413-X>.
47. Zákon č. 300/2005 Z.z. Trestný zákon .
-

-
48. Zákon č. 371/2004 Z. z. o sídlach a obvodoch súdov Slovenskej republiky a o zmene zákona č. 99/1963 Zb. Občiansky súdny poriadok v znení neskorších predpisov.
49. Zákon č. 506/2009 Z.z o ochranných známkach.
50. Zákon č. 513/1991 Z.z. Obchodný zákonník.
51. **Zmluvné strany Madridskej únie. 2011.** [online] Banská Bystrica : ÚPV, aktualizované 2011. [cit. : 4. február 2011]. Dostupné na: <<http://www.upv.sk/?zmluvne-strany-madridskej-unie>>.

7. PRÍLOHY

Príloha č. 1: Zmluvné strany Madridskej únie k 8. decembru 2010

Albánsko (D, P)	Lotyšsko (D, P)
Alžírsko (D)	Luxembursko (D, P)
Antigua a Barbuda (P)	Macedónsko (D, P)
Arménsko (D, P)	Madagaskar (P)
Austrália (P)	Maďarsko (D, P)
Azerbajdžan (D, P)	Maroko (D, P)
Bahrajn (P)	Moldavsko (D, P)
Belgicko (D, P)	Monako (D, P)
Bielorusko (D, P)	Mongolsko (D, P)
Bosna a Hercegovina (D, P)	Mozambik (D, P)
Botswana (P)	Namíbia (D, P)
Bulharsko (D, P)	Nemecko (D, P)
Bután (D, P)	Nórsko (P)
Cyprus (D, P)	Omán (P)
Česká republika (D, P)	Poľsko (D, P)
Čierna Hora (D, P)	Portugalsko (D, P)
Čína (D, P)	Rakúsko (D, P)
Dánsko (P)	Rumunsko (D, P)
Egypt (D, P)	Ruská federácia (D, P)
Estónsko (P)	San Maríno (D, P)
Európska únia (P)	Sierra Leone (D, P)
Fínsko (P)	Singapur (P)
Francúzsko (D, P)	Slovensko (D, P)
Ghana (P)	Slovinsko (D, P)
Grécko (P)	Spojené kráľovstvo (P)
Gruzínsko (P)	Spojené štáty americké (P)
Holandsko (D, P)	Srbsko (D, P)
Chorvátsko (D, P)	Sudán (D, P)
Irán (D, P)	Svazijsko (D, P)
Írsko (P)	Svätý Tomáš a Princov ostrov (P)
Island (P)	Sýria (D, P)
Izrael (P)	Španielsko (D, P)
Japonsko (P)	Švajčiarsko (D, P)
Kazachstan (D, P)	Švédsko (P)

Keňa (D, P)	Tadžikistan (D)
Kirgizsko (D, P)	Taliano (D, P)
Kórejská ľudovodemokratická republika (D, P)	Turecko (P)
Kórejská republika (P)	Turkménsko (P)
Kuba (D, P)	Ukrajina (D, P)
Lesotho (D, P)	Uzbekistan (P)
Libéria (D, P)	Vietnam (D, P)
Lichtenštajnsko (D, P)	Zambia (P)
Litovská republika (P)	

(D) - zmluvná krajina Madridskej dohody o medzinárodnom zápise továrenských alebo obchodných známk a nie Protokolu (3 krajiny), pri vyznačení takejto krajiny možno podať medzinárodnú prihlášku medzinárodnému úradu až **po** zápise národnej ochrannej známky

(P) - zmluvná strana Protokolu k Madridskej dohode o medzinárodnom zápise továrenských alebo obchodných známk (81)

(D, P) - zmluvná strana Madridskej dohody o medzinárodnom zápise továrenských alebo obchodných známk a súčasne aj Protokolu k tejto dohode (84 zmluvných strán)

**Príloha č.2: Registrované ochranné známky spoločnosti Milk-Agro – výpis
z registra ochranných známok ÚPV SR**

sabi

*Prihláška:*1194-2007 / 2.7.2007 *Číslo zápisu:*220994 *Právny stav:*Platná *Triedy ZTS:*29,39
Majiteľ: MILK-AGRO, spol. s r. o.; Čapajevova 36; 080 46 Prešov; SK

mlieko sabi

*Prihláška:*2236-2002 / 1.8.2002 *Číslo zápisu:*204432 *Právny stav:*Platná *Triedy ZTS:*29
Majiteľ: MILK - AGRO, spol. s r. o.; Čapajevova 36; 080 46 Prešov; SK

mlieko sabi

*Prihláška:*2235-2002 / 1.8.2002 *Číslo zápisu:*204431 *Právny stav:*Platná *Triedy ZTS:*29
Majiteľ: MILK - AGRO, spol. s r. o.; Čapajevova 36; 080 46 Prešov; SK

jogurtové keфіrové acidofilné mlieko sabi

*Prihláška:*1311-2000 / 2.5.2000 *Číslo zápisu:**Stav:*zamietnutá *Triedy ZTS:*5,29
Majiteľ: MILK - AGRO, s. r. o.; Čapajevova 36; 080 01 Prešov; SK

sabi mlieko

*Prihláška:*1310-2000 / 2.5.2000 *Číslo zápisu:**Stav:*zamietnutá *Triedy ZTS:*5,29
Majiteľ: MILK - AGRO, s. r. o.; Čapajevova 36; 080 01 Prešov; SK

MILK-AGRO

*Prihláška:*1006-99 / 21.4.1999 *Číslo zápisu:*199930 *Právny stav:*Platná *Triedy ZTS:*29,32
Majiteľ: MILK-AGRO, spol. s r. o.; Čapajevova 36; 080 46 Prešov; SK

sabi

*Prihláška:*1005-99 / 21.4.1999 *Číslo zápisu:*195365 *Právny stav:*Zaniknutá *Triedy ZTS:*5,29,32
Majiteľ: MILK-AGRO, spol. s r. o.; Čapajevova 36; 080 46 Prešov; SK

milk AGRO

*Prihláška:*1004-99 / 21.4.1999 *Číslo zápisu:*199929 *Právny stav:*Platná *Triedy ZTS:*29,32
Majiteľ: MILK-AGRO, spol. s r. o.; Čapajevova 36; 080 46 Prešov; SK

SABI

*Prihláška:*1514-94 / 1.7.1994 *Číslo zápisu:*182780 *Právny stav:*Zaniknutá *Triedy ZTS:*29,32
Majiteľ: MILK-AGRO, spol. s r. o.; Čapajevova 36; 080 46 Prešov; SK